



BONUS :
Créer son
tunnel de
vente

Comment **S'AUTO-ÉDITER EN 6 ÉTAPES SEULEMENT**

Le guide complet pour écrire, publier, distribuer et vendre votre livre, même sans aucune expérience et sans gros budget.

**BONUS : Créer son tunnel de vente avec
Systeme.io (version gratuite)**

ELOISE MATHIEU

MENTIONS LÉGALES ET DROITS D'AUTEUR

© Eloise MATHIEU, 2026. Tous droits réservés.

Protection par le droit d'auteur

Cet ouvrage est protégé par les dispositions du Code de la propriété intellectuelle français, notamment ses articles L.111-1 et suivants, ainsi que par les conventions internationales relatives au droit d'auteur, dont la Convention de Berne pour la protection des œuvres littéraires et artistiques.

L'auteur est le seul et unique titulaire de l'ensemble des droits de propriété intellectuelle attachés à cet ouvrage, y compris les droits de reproduction, de représentation, d'adaptation, de traduction et de diffusion, sous quelque forme et par quelque procédé que ce soit.

Interdictions formelles

Il est strictement interdit, sans l'autorisation écrite et préalable de l'auteur :

- De reproduire, copier, imprimer ou dupliquer cet ouvrage, en tout ou en partie, sur quelque support que ce soit (papier, numérique, audio, vidéo ou autre).
- De distribuer, partager, transmettre, prêter, louer, revendre ou céder cet ouvrage à des tiers, à titre gratuit ou onéreux, par quelque moyen que ce soit (email, messagerie instantanée, plateforme de partage, réseau social, site internet, etc.).
- De modifier, transformer, adapter, traduire, résumer ou créer des œuvres dérivées à partir de cet ouvrage, en tout ou en partie.
- D'extraire des passages de cet ouvrage pour les publier, les diffuser ou les exploiter de toute manière, sans mention de la source et sans autorisation expresse de l'auteur.
- De numériser, scanner ou convertir une version imprimée de cet ouvrage en version numérique pour la diffuser.
- De mettre cet ouvrage à disposition sur des plateformes de téléchargement, des sites de partage de fichiers, des réseaux de peer-to-peer ou tout autre système de diffusion non autorisé.

Usage personnel uniquement

Cet ouvrage est destiné à un usage strictement personnel et privé. L'acheteur est autorisé à le lire pour son propre usage et à le conserver dans sa bibliothèque personnelle. Cette autorisation ne constitue pas une cession de droits et n'ouvre aucun droit de reproduction ou de diffusion, même partielle.

Sanctions applicables

Toute reproduction, représentation, diffusion ou exploitation non autorisée de cet ouvrage, ou de l'un quelconque de ses éléments, constitue une contrefaçon au sens des articles L.335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle français, et est susceptible de donner lieu à des poursuites judiciaires civiles et/ou pénales.

En France, la contrefaçon est punie de trois ans d'emprisonnement et de 300 000 € d'amende (article L.335-2 du CPI). Ces peines peuvent être portées à cinq ans d'emprisonnement et 500 000 € d'amende lorsque les infractions sont commises en bande organisée ou via un réseau de communication électronique (article L.335-4-1 du CPI).

Avertissement légal

Les informations contenues dans cet ouvrage sont fournies à titre informatif et éducatif uniquement. Bien que l'auteur ait apporté le plus grand soin à la rédaction et à la vérification des informations présentées, il ne saurait être tenu responsable des erreurs, omissions, ou des résultats obtenus à partir de l'utilisation de ces informations. Les plateformes, outils, tarifs et procédures mentionnés dans cet ouvrage sont susceptibles d'évoluer. Il appartient au lecteur de vérifier l'exactitude et la pertinence des informations auprès des sources officielles avant toute prise de décision.

Les résultats obtenus par la mise en application des méthodes décrites dans cet ouvrage varient selon les individus, leurs efforts, leur contexte personnel et des facteurs extérieurs indépendants de la volonté de l'auteur. Aucun résultat spécifique n'est garanti.

Introduction

Vous avez écrit un livre. Ou vous êtes en train de l'écrire. Ou peut-être que vous avez encore seulement l'idée en tête et que tout le reste, la publication, la distribution, la vente, vous semble être un immense mur infranchissable, réservé à des « professionnels » qui savent comment faire.

Bonne nouvelle : ce mur n'existe pas. Ou plutôt, il existe surtout dans la tête des auteurs qui n'ont jamais essayé.

Aujourd'hui, n'importe qui peut publier un livre, qu'il s'agisse d'un roman, d'un essai, d'un guide pratique, d'un recueil de poèmes, d'un livre jeunesse ou d'un ouvrage spécialisé et le rendre disponible à l'achat dans le monde entier, en quelques semaines, sans éditeur, sans contrat, et sans budget conséquent.

C'est ce qu'on appelle l'auto-édition (ou « self-publishing »). Et c'est exactement ce que ce guide va vous apprendre à faire, étape par étape, sans rien laisser de côté.

À qui s'adresse ce guide ?

Ce guide a été pensé pour TOUS les types d'auteurs, et TOUS les types de livres :

- Vous écrivez un roman, une nouvelle, un recueil de poésie ou tout autre œuvre de fiction.
- Vous préparez un guide pratique, un livre de développement personnel, un manuel professionnel ou un essai.
- Vous souhaitez publier un livre de cuisine, un carnet de voyage, un livre illustré ou un ouvrage jeunesse.
- Vous n'avez jamais publié quoi que ce soit et vous ne savez même pas par où commencer.
- Vous avez déjà des notions, mais vous voulez une méthode complète, fiable et à jour pour ne rien oublier.

Aucune connaissance préalable n'est nécessaire. Chaque notion technique, chaque terme spécifique au monde de l'édition sera expliqué simplement, comme si c'était la première fois que vous l'entendiez, parce que c'est probablement le cas.

Introduction

Pourquoi l'auto-édition aujourd'hui ?

L'édition traditionnelle reste un monde relativement fermé : il faut convaincre un éditeur, attendre parfois des années, accepter de céder une grande partie de ses droits et de ses revenus, et n'avoir que très peu de contrôle sur le produit final.

L'auto-édition inverse complètement ce modèle :

- Vous gardez 100 % des droits sur votre œuvre.
- Vous touchez directement vos royalties (de 35 % à 70 % selon les plateformes et vos choix).
- Vous publiez quand VOUS êtes prêt, pas quand un comité de lecture l'autorise.
- Vous gardez un contrôle total sur la couverture, le titre, le prix, le contenu.
- Vous pouvez corriger, mettre à jour ou republier votre livre à tout moment.

À retenir : L'auto-édition n'est pas une voie « au rabais » par rapport à l'édition traditionnelle. C'est un modèle différent, qui demande de porter plusieurs casquettes (auteur, éditeur, graphiste, commercial) — mais qui offre en échange une liberté et des revenus que l'édition classique ne permet généralement pas.

Structure **DE CE GUIDE**

Ce guide est organisé en 6 étapes
claires et progressives :

01 **PRÉPARER SON MANUSCRIT**

02 **CRÉER UNE COUVERTURE
PROFESSIONNELLE**

03 **CHOISIR SON ISBN ET SES DROITS DE
DIFFUSION**

04 **METTRE EN PAGE SON LIVRE (PRINT ET
NUMÉRIQUE)**

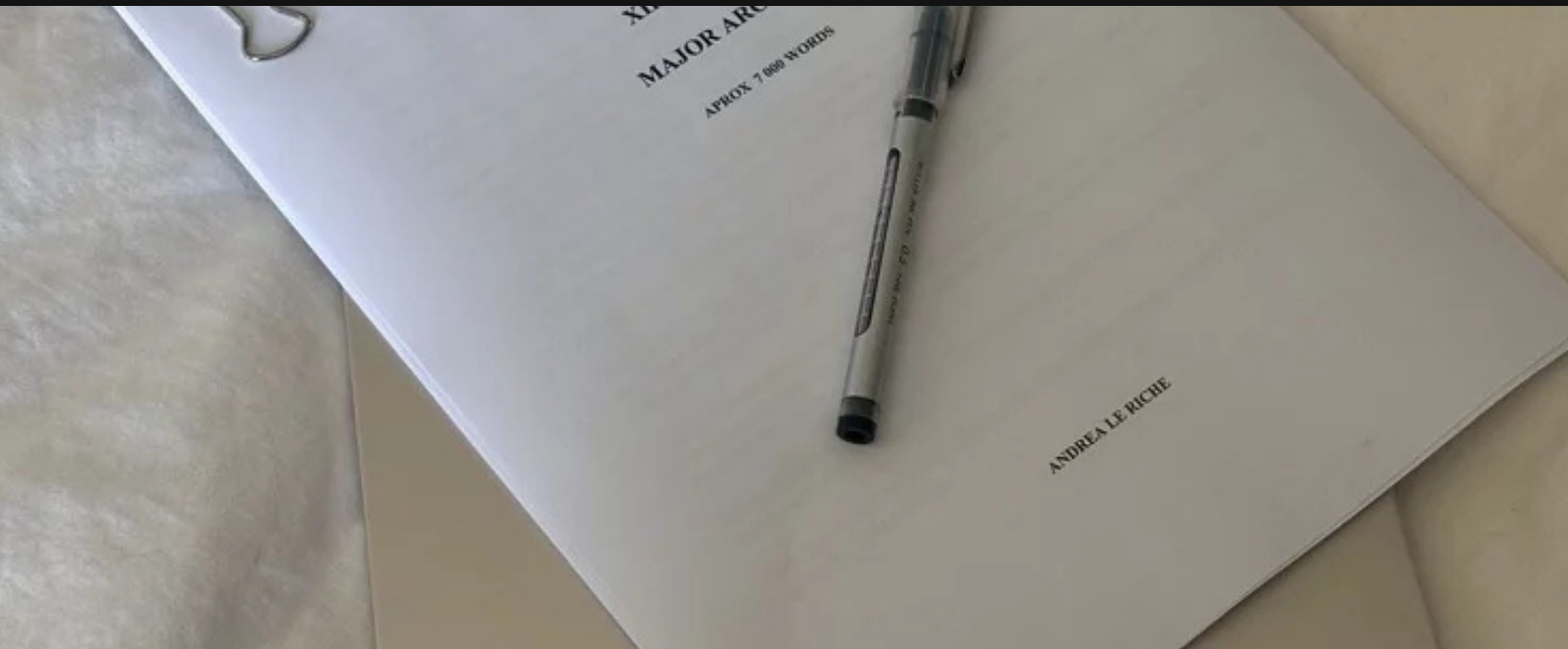
05 **PUBLIER SUR AMAZON KDP (ET
AILLEURS)**

06 **PROMOUVOIR ET VENDRE SON LIVRE**

Bonus **CRÉER SON TUNNEL DE VENTE SUR
SYSTEME.IO (VERSION GRATUITE)**



ETAPE



NUMERO 1

PRÉPARER SON MANUSCRIT

CHECKLIST
EN FIN DE
CHAPITRE

Avant même de penser à la couverture, à l'ISBN ou à Amazon, il y a une étape incontournable : votre manuscrit doit être prêt. Un manuscrit « prêt » ne signifie pas seulement « terminé », cela signifie relu, corrigé, structuré et formaté correctement.

C'est la fondation sur laquelle tout le reste va s'appuyer. Cette étape est souvent sous-estimée. Et c'est pourtant elle qui fait la différence entre un livre qui paraît amateur et un livre qui inspire confiance, quel que soit le sujet ou le genre.

1.1 TERMINER SON TEXTE : SORTIR DE LA PHASE D'ÉCRITURE

Si vous êtes encore en train d'écrire, voici quelques principes simples pour avancer efficacement :

Séparez l'écriture de la correction. Tant que vous êtes en train d'écrire votre premier jet, n'essayez pas de tout corriger au fur et à mesure : cela ralentit énormément et casse l'élan créatif. Autorisez-vous à écrire « mal » pour l'instant. Vous améliorerez après.

Fixez-vous des objectifs réalistes. Par exemple, un nombre de mots ou de pages par semaine, plutôt que de viser la perfection dès le départ. Mieux vaut écrire 300 mots imparfaits par jour que d'attendre l'inspiration pour écrire 2 000 mots parfaits.

Ne bloquez pas sur les passages difficiles. Si vous bloquez sur un passage, laissez une note entre crochets comme [À COMPLÉTER : description du lieu] et continuez d'avancer. Vous y reviendrez lors de la phase de relecture.

Laissez reposer avant de relire. Une fois le premier jet terminé, laissez reposer votre texte au moins quelques jours, idéalement une à deux semaines, avant de commencer la relecture. Cette distance est précieuse : elle vous permet de relire avec un regard plus neutre, plus proche de celui d'un futur lecteur.

1.2 LES QUATRE NIVEAUX DE RELECTURE ET CORRECTION

La correction d'un manuscrit n'est pas une étape unique : elle se découpe en plusieurs « passes », chacune avec un objectif différent. Voici les quatre niveaux, du plus large au plus précis.

Niveau 1 . La relecture de fond (structurelle)

Cette première passe concerne la cohérence globale de votre livre. À ce stade, on ne corrige pas encore l'orthographe : on vérifie que le « squelette » du livre tient debout.

Pour une fiction : vérifiez la logique de l'intrigue, la cohérence des personnages (est-ce que leur prénom ne change pas en cours de route ? est-ce que leur âge est cohérent ?), les éventuels trous dans la narration, les incohérences temporelles ou géographiques.

Pour un livre pratique ou un essai : vérifiez la logique de l'argumentation, l'ordre des chapitres (est-ce qu'il est fluide et progressif ?), les répétitions d'idées, les informations manquantes ou contradictoires.

Niveau 2. La relecture de style

Cette passe s'intéresse à la qualité de l'écriture elle-même :

- Repérez et supprimez les répétitions de mots trop fréquentes (certains auteurs répètent « alors », « donc », « en effet » à chaque paragraphe sans s'en rendre compte).
- Variez vos structures de phrases (évitez d'enchaîner dix phrases qui commencent toutes par le sujet suivi du verbe).
- Supprimez les tics de langage et les expressions creuses qui n'ajoutent rien.
- Vérifiez la cohérence du ton du début à la fin du livre.

Niveau 3. La correction orthographique, grammaticale et typographique

C'est la passe la plus connue, mais elle doit intervenir en DERNIER, une fois que le texte est stabilisé sur le fond et la forme. Inutile de corriger une phrase de manière approfondie si vous la supprimez ensuite lors d'une relecture de fond. Elle concerne l'orthographe, la grammaire, les accords, la conjugaison, les homophones, mais aussi la typographie française : les espaces avant et après certains signes de ponctuation (deux-points, point-virgule, point d'interrogation, point d'exclamation, guillemets), l'utilisation des guillemets français (« » plutôt que " "), des tirets de dialogue (— plutôt que -), et la cohérence des majuscules et de l'italique.

Niveau 4. La relecture finale (« épreuve »)

Une dernière relecture complète, idéalement à voix haute, une fois le fichier mis en page. Cette étape permet de repérer les dernières coquilles, les mots coupés bizarrement en fin de ligne, les sauts de page mal placés, et les éventuelles erreurs introduites lors des corrections précédentes.

Astuce : Lire son texte à voix haute est l'une des techniques les plus efficaces pour repérer les phrases trop longues, les répétitions et les tournures maladroites. Votre oreille perçoit des problèmes que votre œil, habitué au texte, ne voit plus.

1.3 LES OUTILS GRATUITS POUR CORRIGER SON TEXTE

Vous n'avez pas forcément besoin de payer un correcteur professionnel pour obtenir un texte propre. Voici les meilleurs outils gratuits disponibles :

Microsoft Word / LibreOffice Writer / Google Docs : le correcteur intégré de chacun de ces logiciels détecte les fautes d'orthographe et de grammaire basiques. C'est le premier filtre à utiliser, mais il ne suffit pas seul.

LanguageTool : disponible en extension de navigateur et en application web (languagetool.org), en version gratuite. C'est l'un des correcteurs les plus puissants pour le français : il détecte non seulement les fautes d'orthographe, mais aussi les erreurs d'accord complexes, les répétitions, les problèmes de style et les erreurs typographiques. Indispensable.

Antidote (payant, mais très puissant) : si vous souhaitez investir dans un seul outil, Antidote est la référence absolue pour la correction en français, largement utilisé par les professionnels de l'édition. Il existe en version d'abonnement annuel ou en achat unique.

Les bêta-lecteurs : des proches, des membres de groupes de lecture ou d'écriture en ligne, qui acceptent de lire votre texte et de vous donner un retour. C'est gratuit, humain, et souvent très précieux pour identifier les passages qui perdent le lecteur.

1.4 FAUT-IL FAIRE APPEL À UN CORRECTEUR PROFESSIONNEL ?

Si votre budget le permet, faire corriger son manuscrit par un professionnel améliore indéniablement le résultat final. Les tarifs pratiqués en France varient selon le type de prestation et l'expérience du correcteur :

- Correction orthotypographique seule (fautes d'orthographe, grammaire, typographie) : entre 2 € et 5 € par page standard de 1 500 signes espaces compris. Pour un roman de 250 pages (environ 375 000 signes), cela représente un budget pouvant aller de 500 € à 1 250 €.
- Relecture de fond + correction : tarif plus élevé, souvent calculé au forfait global selon la longueur et le type de livre.

Pour trouver des correcteurs indépendants à des tarifs accessibles, vous pouvez solliciter des groupes Facebook d'auteurs autoédités, des associations de correcteurs (comme l'ACLF en France), ou des plateformes de freelances généralistes.

Conseil pratique : demandez toujours un test de correction sur 5 à 10 pages avant de vous engager sur l'ensemble du manuscrit. Cela vous permet de vérifier la qualité du travail, la communication avec le correcteur, et de vous assurer que vos attentes sont bien alignées.

Si votre budget est limité, ne sautez jamais la correction pour autant : utilisez les options gratuites décrites ci-dessus, et faites relire votre texte par le plus grand nombre de lecteurs bénévoles possible. Un texte truffé de fautes est la première cause d'avis négatifs pour un livre autoédité.

1.5 STRUCTURER SON MANUSCRIT : LES ÉLÉMENTS INDISPENSABLES

Un livre publié, qu'il soit numérique ou papier, suit une structure standardisée que les lecteurs reconnaissent inconsciemment. Voici les éléments à prévoir, dans l'ordre logique.

Pages préliminaires (avant le texte principal)

Page de titre : titre du livre, sous-titre éventuel, nom de l'auteur. Simple et claire.

Page de copyright (mentions légales) : c'est une page courte mais importante, qui contient : le nom de l'auteur ou de la structure d'édition, l'année de publication, la mention « Tous droits réservés », l'ISBN si vous en avez un, l'éventuel dépôt légal à la BNF (Bibliothèque nationale de France), et pour les ouvrages pratiques (santé, finance, juridique, nutrition...) une clause de non-responsabilité précisant que les informations du livre ne remplacent pas un avis professionnel. Cette clause vous protège juridiquement.

Dédicace (facultatif) : quelques mots, discrets, en page de droite.

Sommaire / Table des matières : indispensable pour tout ouvrage pratique, essai ou livre structuré en chapitres thématiques. Dans la version numérique, les titres de la table des matières doivent être cliquables (liens hypertexte vers les chapitres). Pour un roman, la table des matières est facultative mais possible.

Préface ou avant-propos (facultatif) : présentation du livre, de son contexte, de son intention. Peut être écrite par l'auteur lui-même ou par une personnalité extérieure qui témoigne de la valeur du livre.

Corps du livre

Ce sont vos chapitres, découpés de manière cohérente et progressive. Pour les ouvrages pratiques, n'hésitez pas à enrichir le contenu avec des sous-titres fréquents, des encadrés, des listes à puces, des exemples concrets, des exercices pratiques ou des check-lists. Ces éléments rendent la lecture plus fluide, plus accessible, et augmentent la valeur perçue du livre.

Pages finales (après le texte principal)

Conclusion ou épilogue : la fermeture du livre, qui laisse le lecteur avec un sentiment de complétude.

Remerciements (facultatif) : une page de remerciements, sobre, aux personnes qui ont contribué à l'ouvrage.

À propos de l'auteur : une courte biographie (5 à 10 lignes) présentant l'auteur, son parcours, ses expertises, et ses autres livres s'il en a. Très important pour créer un lien humain avec le lecteur.

Autres livres du même auteur : si vous avez d'autres publications, une page de promotion croisée est un excellent moyen de faire découvrir votre catalogue.

Appel à l'action final : c'est la page la plus négligée et pourtant l'une des plus puissantes. Un lecteur qui vient de terminer votre livre est dans le meilleur état d'esprit possible pour passer à l'action. Profitez-en pour lui demander de laisser un avis sur la plateforme d'achat (les avis sont cruciaux pour la visibilité de votre livre), de s'inscrire à votre newsletter, ou de vous suivre sur les réseaux sociaux.

1.6 LE TITRE ET LE SOUS-TITRE : UN CHOIX STRATÉGIQUE

Le titre de votre livre n'est pas qu'une question créative : c'est aussi un élément de visibilité commerciale, en particulier sur les plateformes de vente où les lecteurs utilisent des mots-clés pour trouver ce qu'ils cherchent.

Pour une fiction, le titre doit avant tout évoquer l'ambiance, le genre et susciter la curiosité ou l'émotion.

Pour un livre pratique, un sous-titre descriptif est extrêmement utile : il permet d'inclure des mots-clés concrets que vos lecteurs cibles tapent réellement dans les moteurs de recherche. Par exemple : « Écrire sans peur — La méthode complète pour terminer votre roman même si vous manquez de temps et de confiance. »

Avant de figer votre titre, faites une recherche rapide sur Amazon et Google pour vérifier qu'un livre identique ou très similaire n'existe pas déjà, ce qui pourrait créer de la confusion pour les lecteurs et nuire à votre référencement.

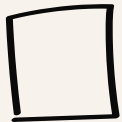
1.7 MISE EN FORME DU FICHIER SOURCE : LES BONNES PRATIQUES

Avant de passer à la mise en page définitive (étape 4), votre fichier source doit respecter quelques règles simples qui faciliteront énormément le travail ultérieur :

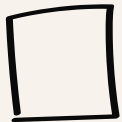
- Utilisez les styles de titres intégrés de votre logiciel (Titre 1, Titre 2, Titre 3...) pour vos chapitres et sous-parties, plutôt que de mettre le texte en gras manuellement. Cela permet de générer une table des matières automatiquement et facilite la conversion en format numérique.
- Évitez les espaces multiples et les tabulations pour créer des retraits de paragraphe. Utilisez les paramètres de paragraphe natifs de votre logiciel.
- Pour les sauts de page entre chapitres, utilisez la fonction « Insérer un saut de page » plutôt qu'une succession de touches Entrée.
- Restez cohérent sur la police et la taille de caractères dans tout le document (les choix définitifs seront faits à l'étape 4).
- Nommez clairement votre fichier final : NomDuLivre_Manuscrit_VFinale.docx, et conservez des sauvegardes datées à chaque étape importante.

Checklist

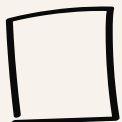
AVANT DE PASSER À L'ÉTAPE 2, ASSUREZ-VOUS QUE :



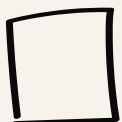
VOTRE TEXTE A ÉTÉ RELU SUR LES 4 NIVEAUX (FOND, STYLE, ORTHOGRAPHE, ÉPREUVE FINALE).



A STRUCTURE COMPLÈTE EST EN PLACE (PAGES PRÉLIMINAIRES, CORPS, PAGES FINALES).



VOTRE FICHIER UTILISE DES STYLES DE TITRES COHÉRENTS.



VOTRE TITRE ET SOUS-TITRE SONT DÉFINITIFS ET VÉRIFIÉS.

ETAPE



NUMERO 2

CRÉER UNE COUVERTURE PROFESSIONNELLE

CHECKLIST
EN FIN DE
CHAPITRE

Sur une plateforme comme Amazon, votre couverture est littéralement la première chose qu'un lecteur verra de votre livre. C'est elle qui doit, en une fraction de seconde, donner envie de cliquer, de lire le résumé, puis d'acheter. Une couverture amateur peut faire fuir des lecteurs potentiels, même pour un excellent texte.

La bonne nouvelle : il est tout à fait possible de créer une couverture professionnelle soi-même, sans compétences en graphisme, grâce aux outils disponibles aujourd'hui.

2.1 COMPRENDRE LES FORMATS ET DIMENSIONS

Une couverture de livre n'a pas une seule taille : elle dépend du format de publication.

Pour un ebook (numérique)

Une seule image est nécessaire (le recto uniquement, pas de dos ni de 4e de couverture).

- Dimensions recommandées : ratio de 1,6 (hauteur sur largeur). L'idéal est 2 560 x 1 600 pixels. Le minimum accepté sur Amazon KDP est 1 000 x 1 600 pixels.
- Format de fichier : JPEG ou PNG, impérativement en mode couleur RVB (RGB), et non en CMJN (CMYK) qui est réservé à l'impression papier.
- Le titre et le nom de l'auteur doivent rester parfaitement lisibles même à toute petite taille, car c'est sous forme de vignette que votre livre apparaîtra dans la majorité des résultats de recherche.

Pour un broché (papier, impression à la demande)

Pour un livre papier, la couverture est un seul fichier qui comprend trois zones : la 4e de couverture à gauche (le dos du livre, visible en librairie), la tranche au centre (dont la largeur dépend du nombre de pages et du type de papier), et la 1ère de couverture à droite (le recto, visible sur la tranche).

La largeur de la tranche varie en fonction du nombre de pages et du grammage du papier choisi. Plus votre livre est épais, plus la tranche sera large. Il faut absolument connaître cette largeur avant de concevoir la couverture, car une tranche mal calculée entraîne un refus lors de l'envoi du fichier à l'imprimeur. Comment obtenir les bonnes dimensions : Amazon KDP met à disposition un outil gratuit appelé « Calculateur de gabarit de couverture » (ou Cover Template Calculator), accessible directement depuis votre espace KDP. Vous indiquez le format du livre (trim size), le nombre de pages, le type de papier (blanc ou crème), et l'outil génère automatiquement un gabarit PDF aux dimensions exactes, avec toutes les marges et zones de coupe clairement indiquées.

Important : téléchargez toujours ce gabarit AVANT de commencer à concevoir votre couverture broché. Concevoir directement sur ce gabarit vous évite tout problème de dimension lors de la soumission du fichier.

2.2 LES OUTILS GRATUITS POUR CRÉER SA COUVERTURE

Vous n'avez pas besoin de Photoshop ou d'InDesign pour créer une couverture de qualité. Voici les meilleures options accessibles à tous.

Canva (recommandé pour les débutants)

Canva (canva.com) est un outil de design graphique en ligne, en partie gratuit, qui propose des centaines de modèles de couvertures de livres pré-configurés aux bonnes dimensions. Son interface par glisser-déposer est très intuitive : vous choisissez un modèle, vous remplacez les textes et les images, et vous obtenez un résultat visuellement propre en quelques dizaines de minutes.

La version gratuite donne accès à une bibliothèque d'images, d'icônes et de polices suffisante pour commencer. La version Pro (payante) débloque plus d'éléments premium, mais n'est pas indispensable pour débiter.

Pour le broché, vous pouvez créer un design aux dimensions exactes indiquées par le gabarit KDP (en créant un « design personnalisé » aux bonnes dimensions en millimètres ou pixels).

Le Cover Creator intégré à Amazon KDP

Amazon KDP propose un outil de création de couverture directement intégré dans le processus de publication de votre livre. Vous choisissez parmi des modèles prédéfinis, vous personnalisez le titre, le nom de l'auteur, et éventuellement une image de fond.

Avantage : aucun risque d'erreur de dimension, l'outil s'adapte automatiquement à votre format. Inconvénient : les modèles disponibles sont relativement basiques et peu différenciants, car de nombreux auteurs les utilisent.

Photopea (photopea.com) est un éditeur d'image gratuit, accessible directement depuis un navigateur, qui reproduit fidèlement l'interface de Photoshop. Idéal si vous avez quelques notions de retouche d'image et souhaitez un contrôle plus précis sur votre design.

GIMP est l'équivalent libre et gratuit de Photoshop, à télécharger et installer sur votre ordinateur. Plus complexe à prendre en main que Canva, mais extrêmement puissant une fois maîtrisé.

Les banques d'images gratuites

Pour trouver des images de qualité professionnelle à utiliser légalement sur votre couverture, plusieurs sites proposent des photos et illustrations gratuites et libres de droits pour usage commercial :

- Unsplash (unsplash.com) : photos artistiques de très haute qualité.
- Pexels (pexels.com) : photos et vidéos libres de droits.
- Pixabay (pixabay.com) : photos, illustrations et vectoriels.
- Freepik (freepik.com) : illustrations et graphismes vectoriels (version gratuite avec attribution obligatoire).

Attention : vérifiez toujours la licence de chaque image avant de l'utiliser sur un produit commercial. Même sur ces plateformes, certaines images ont des restrictions spécifiques.

2.3 LES PRINCIPES D'UNE COUVERTURE QUI FONCTIONNE

Au-delà des outils, certains principes graphiques universels font la différence entre une couverture qui attire l'œil et une couverture qui se noie dans la masse. Respectez les codes visuels de votre genre.

Les lecteurs identifient le genre d'un livre à sa couverture en une fraction de seconde, de manière quasi inconsciente. Une couverture de thriller n'a pas les mêmes codes qu'une couverture de romance, qui n'a pas les mêmes codes qu'un livre de développement personnel ou d'un ouvrage de cuisine.

Avant de concevoir votre couverture, observez 10 à 20 couvertures de livres qui se vendent bien dans votre catégorie sur Amazon. Repérez les couleurs dominantes, les types d'images utilisées, le style de typographie, la place du titre et du nom de l'auteur. Ne cherchez pas à tout réinventer : démarquez-vous tout en restant dans les codes de votre genre, sinon les lecteurs ne comprendront pas immédiatement à quel type de livre ils ont affaire.

Limitez le nombre d'éléments visuels

Une couverture efficace est souvent simple : un visuel principal fort, le titre, le nom de l'auteur, et éventuellement un sous-titre ou une accroche courte.

Résistez à la tentation de surcharger avec de nombreux éléments décoratifs, des textes de présentation, des logos ou des badges. Moins il y a d'éléments, plus le regard sait où aller.

Travaillez le contraste et la lisibilité

Le titre doit être lisible même en version miniature, sur un écran de smartphone, à environ 2 centimètres de haut. Testez-le : réduisez votre couverture à la taille d'une vignette de résultat de recherche Amazon, et vérifiez si le titre reste identifiable.

Utilisez un fort contraste entre la couleur du texte et celle du fond. Limitez-vous à deux, maximum trois polices différentes sur l'ensemble de la couverture.

La 4e de couverture (pour le broché)

La 4e de couverture doit contenir un résumé accrocheur — le « pitch » — qui donne envie de découvrir le livre sans en dévoiler la fin ou les conclusions. Vous pouvez y ajouter une courte biographie de l'auteur (2 à 4 lignes), des extraits de critiques ou témoignages si vous en avez, et le code-barres ISBN (généré automatiquement par KDP si vous utilisez leur ISBN, ou fourni par l'AFNIL si vous avez acheté votre propre ISBN).

Astuce : demandez l'avis de plusieurs personnes extérieures sur 2 ou 3 versions de votre couverture, en leur posant une seule question : « En voyant cette image pendant 3 secondes, quel genre de livre tu imagines, et aurais-tu envie de cliquer ? » Les réponses instinctives sont souvent plus utiles que les retours détaillés.

2.4 FAIRE APPEL À UN GRAPHISTE : QUAND ET COMMENT ?

Si votre budget le permet, faire créer sa couverture par un graphiste professionnel reste une option qui peut faire une réelle différence, en particulier pour les genres où l'illustration de couverture est un argument de vente fort (fantasy, romance, thriller, science-fiction, etc.).

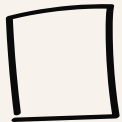
Il existe deux grandes options :

Les couvertures « premade » (pré-faites) : ce sont des couvertures déjà conçues par des graphistes, disponibles à l'achat, que vous personnalisez simplement en changeant le titre et le nom de l'auteur. Le prix est généralement bien inférieur à celui d'une couverture sur-mesure, et le résultat est souvent de très bonne qualité. Des sites comme The Book Cover Designer, Reedsy ou des boutiques Etsy spécialisées proposent ce type de couvertures, à partir de quelques dizaines d'euros.

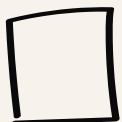
Les couvertures sur-mesure : vous décrivez votre vision à un graphiste qui crée une couverture entièrement originale pour vous. Les tarifs varient selon l'expérience du graphiste et la complexité de la demande (simple composition avec images de banque, ou illustration entièrement créée à la main ou numériquement). Recherchez des graphistes spécialisés en couvertures de livres, pas des graphistes généralistes, et demandez toujours à voir leur portfolio dans votre genre avant de commander.

Checklist

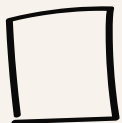
AVANT DE PASSER À L'ÉTAPE 3 :



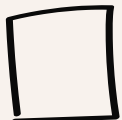
VOUS AVEZ IDENTIFIÉ LES DIMENSIONS EXACTES POUR VOTRE EBOOK ET VOTRE BROCHÉ (VIA LE COVER CALCULATOR KDP).



VOUS AVEZ CRÉÉ VOTRE COUVERTURE AVEC UN OUTIL APPROPRIÉ.

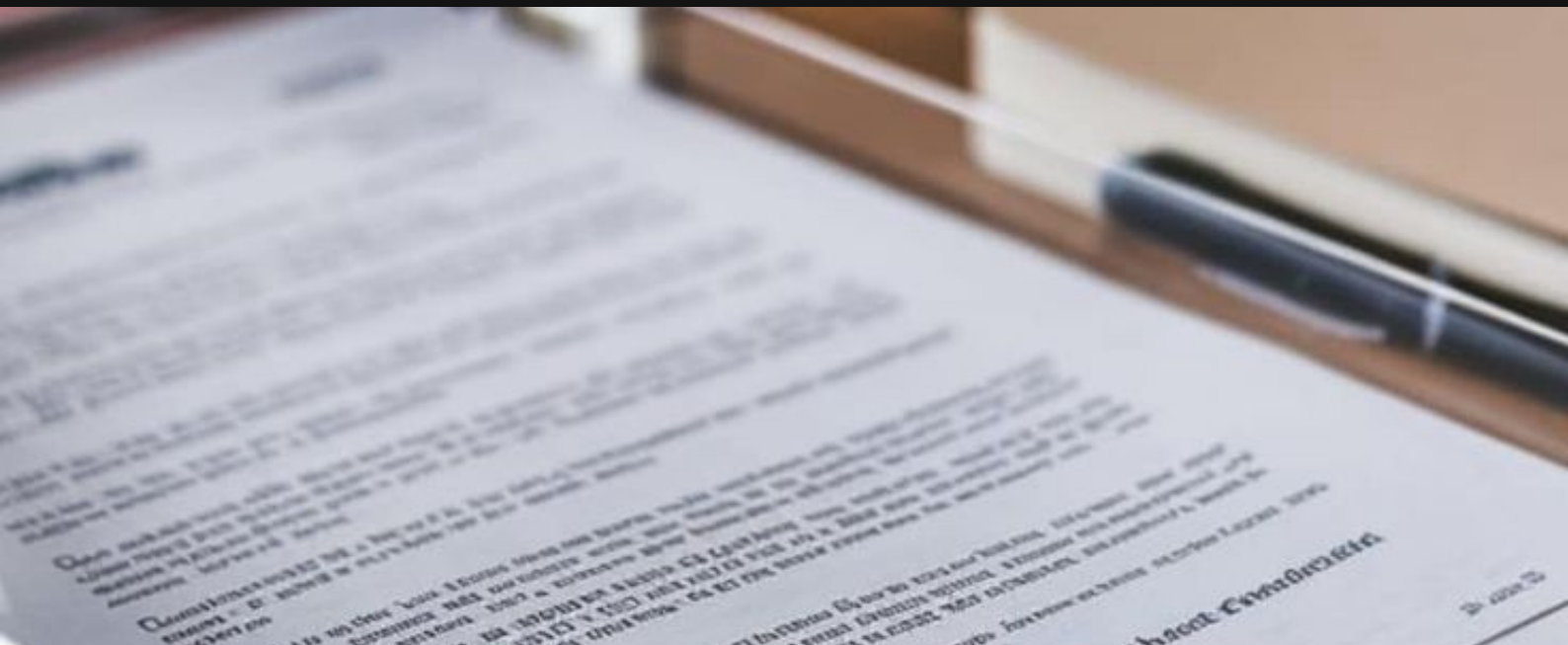


VOTRE COUVERTURE RESPECTE LES CODES VISUELS DE VOTRE GENRE ET RESTE LISIBLE EN FORMAT MINIATURE.



VOS FICHIERS SONT EXPORTÉS DANS LES BONS FORMATS (JPEG OU PNG EN RVB POUR L'EBOOK, PDF HAUTE RÉOLUTION POUR LE BROCHÉ).

ETAPE



NUMERO 3

CHOISIR SON ISBN ET SES DROITS DE DIFFUSION

CHECKLIST
EN FIN DE
CHAPITRE

L'ISBN est l'un des sujets qui génère le plus de confusion chez les auteurs autoédités. Pourtant, une fois qu'on comprend ce que c'est, à quoi ça sert, et quelle option choisir selon ses objectifs, la décision devient simple. C'est l'objet de cette étape.

3.1 QU'EST-CE QU'UN ISBN ET À QUOI SERT-IL ?

L'ISBN (International Standard Book Number) est un numéro d'identification unique à 13 chiffres, attribué à chaque édition d'un livre. Il sert à identifier votre livre de manière universelle dans l'ensemble de la chaîne du livre : librairies, bibliothèques, bases de données, distributeurs, plateformes de vente.

Concrètement, l'ISBN permet à un libraire de commander votre livre, à une bibliothèque de le référencer, et à une plateforme de vente de l'identifier précisément. C'est le numéro qui apparaît sous forme de code-barres en quatrième de couverture d'un livre papier, et qui est enregistré dans les métadonnées d'un livre numérique.

Quelques règles importantes à connaître :

- Chaque édition et chaque format d'un même livre nécessite son propre ISBN. Votre roman en broché, votre roman en ebook PDF, et votre roman en ebook EPUB sont trois produits distincts qui doivent avoir trois ISBN différents.
- Un ISBN ne peut jamais être réutilisé, même si le livre est épuisé ou n'a jamais été publié.
- L'ISBN n'est pas une protection légale : il n'est pas l'équivalent d'un dépôt de marque ou d'un droit d'auteur. Il identifie, il ne protège pas.

3.2 EST-CE OBLIGATOIRE D'AVOIR UN ISBN ?

Au niveau international, aucune loi ne rend l'ISBN obligatoire. Cependant, en France, le décret n° 81-1068 du 3 décembre 1981 stipule que l'ISBN doit figurer sur tous les exemplaires d'une même œuvre dans une même édition destinée à la vente commerciale.

En pratique, si vous publiez uniquement en numérique sur des plateformes qui gèrent leur propre système d'identification (comme Amazon, qui attribue automatiquement un ASIN à chaque ebook), vous pouvez techniquement vous passer d'ISBN. Mais si vous souhaitez vendre votre livre papier en librairie ou via des distributeurs traditionnels, l'ISBN devient indispensable.

3.3 LES DEUX OPTIONS : ISBN GRATUIT VIA AMAZON KDP OU ISBN ACHETÉ À L'AFNIL

C'est le cœur de la décision que vous devez prendre, et elle a des conséquences importantes sur votre liberté de distribution. Voici les deux options expliquées clairement.

Option 1 : L'ISBN gratuit via Amazon KDP

Comment ça fonctionne : lorsque vous publiez un livre broché (ou cartonné) sur Amazon KDP, la plateforme vous propose automatiquement un ISBN gratuit.

Vous n'avez aucune démarche à effectuer, aucun frais à payer.

Ce que cela implique : cet ISBN est attribué au nom d'Amazon (plus précisément sous la mention « Independently Published »). Cela signifie qu'Amazon est officiellement reconnu comme l'éditeur de votre livre dans les bases de données mondiales, et non vous.

La limitation principale : un ISBN KDP gratuit vous lie à la plateforme Amazon pour ce titre. Vous ne pouvez pas utiliser cet ISBN pour distribuer votre livre auprès d'autres canaux (librairies physiques, d'autres plateformes de vente en ligne, distributeurs tiers). Si vous souhaitez un jour distribuer votre livre ailleurs, vous devrez obtenir un nouvel ISBN (différent) et republier votre livre.

Pour les ebooks : Amazon n'attribue pas d'ISBN aux ebooks Kindle. Il attribue un ASIN (Amazon Standard Identification Number), son propre système d'identification interne. Cet ASIN n'est pas utilisable en dehors d'Amazon.

Pour qui est cette option : elle convient parfaitement si vous souhaitez vendre exclusivement sur Amazon, ce qui est une stratégie tout à fait valable (Amazon représente la majorité des ventes de livres autoédités). Si votre objectif est de tester la vente en ligne sans frais initiaux, c'est l'option la plus simple.

Option 2 : Acheter son propre ISBN à l'AFNIL

Qu'est-ce que l'AFNIL : l'Agence Francophone pour la Numérotation

Internationale du Livre (AFNIL) est l'organisme officiel en France qui attribue les ISBN aux éditeurs et auteurs-éditeurs français, belges francophones, et des pays d'Afrique francophone. Tout se passe sur leur site : www.afnil.org.

Le coût : à partir de 2026, les tarifs pratiqués par l'AFNIL sont les suivants (hors taxes, TVA à 20 %) :

Première demande d'ISBN (traitement standard en 3 semaines) : 37 € HT, soit environ 44,40 € TTC.

Première demande d'ISBN (traitement accéléré en 1 semaine) : 87 € HT, soit environ 104,40 € TTC.

Première demande d'ISBN (traitement urgent en 2 jours ouvrés) : 154 € HT, soit environ 184,80 € TTC.

Pour les demandes suivantes (liste complémentaire pour le même auteur-éditeur) :

Traitement standard (3 semaines) : 28 € HT, soit 33,60 € TTC.

Traitement accéléré (1 semaine) : 46 € HT, soit 55,20 € TTC.

Traitement urgent (2 jours ouvrés) : 70 € HT, soit 84 € TTC.

Important : ces tarifs peuvent évoluer. Il est recommandé de vérifier les tarifs actuels directement sur le site de l'AFNIL (www.afnil.org/tarifification) avant d'effectuer votre demande.

La démarche pour obtenir son ISBN à l'AFNIL

La démarche est entièrement en ligne et prend une dizaine de minutes. Voici les étapes :

1. Rendez-vous sur le site www.afnil.org.
2. Cliquez sur « Nos services » puis « Demander un ISBN ».
3. Créez un compte (ou connectez-vous si vous en avez déjà un).
4. Remplissez le formulaire de demande en indiquant : votre statut (particulier ou société), le nombre de titres pour lesquels vous demandez des ISBN, les informations de votre premier ouvrage (titre, auteur, prix de vente envisagé, support, tirage prévu).
5. Choisissez le niveau de traitement (standard, accéléré ou urgent) selon votre calendrier de publication.
6. Effectuez le paiement en ligne directement sur le site.
7. Vous recevrez votre liste d'ISBN par email et/ou courrier postal dans les délais correspondant au traitement choisi.

Rappel important : chaque format de votre livre nécessite son propre ISBN. Si vous publiez votre livre en version broché et en version numérique EPUB, il vous faut deux ISBN distincts. Prévoyez-le dans votre demande pour bénéficier d'un seul règlement groupé.

Ce que vous gagnez avec votre propre ISBN

Avec votre propre ISBN (acheté à l'AFNIL), c'est VOUS qui êtes enregistré comme éditeur dans les bases de données mondiales, sous le nom que vous choisissez (votre nom, ou le nom d'une structure d'édition — même fictive — que vous créez).

Surtout, vous pouvez distribuer votre livre sur toutes les plateformes et auprès de tous les distributeurs que vous souhaitez, simultanément, sans restriction :

- Amazon KDP (vous pouvez parfaitement utiliser votre propre ISBN sur KDP)
 - Kobo Writing Life
 - Apple Books
 - Google Play Books
 - IngramSpark (distribution en librairies physiques)
 - Fnac, Cultura, et autres revendeurs via distributeurs
 - Votre propre site internet
-
- Distribution : partout (Amazon, Kobo, Apple Books, librairies, etc.)
 - Démarches : formulaire en ligne sur afnil.org, paiement en ligne
 - Idéal pour : distribution multicanale, construire sa propre marque éditoriale

Tableau comparatif des deux options

ISBN GRATUIT AMAZON KDP :

- Coût : 0 €
- Éditeur affiché : « Independently Published » (Amazon)
- Distribution : Amazon uniquement
- Démarches : aucune, automatique
- Idéal pour : débiter sans frais, vente exclusive Amazon

ISBN ACHETÉ À L'AFNIL :

- Coût : à partir de 44,40 € TTC (traitement standard)
- Éditeur affiché : vous-même (votre nom ou votre maison d'édition)
- Distribution : partout (Amazon, Kobo, Apple Books, librairies, etc.)
- Démarches : formulaire en ligne sur afnil.org, paiement en ligne
- Idéal pour : distribution multicanale, construire sa propre marque éditoriale

3.4 LE DÉPÔT LÉGAL : UNE OBLIGATION SOUVENT OUBLIÉE

En France, tout document imprimé ou numérique mis à la disposition du public doit faire l'objet d'un dépôt légal. Pour les livres, ce dépôt se fait auprès de la Bibliothèque nationale de France (BNF).

Pour un livre imprimé : le dépôt légal se fait au moment de la mise en circulation du livre. Vous devez envoyer deux exemplaires à la BNF (adresse disponible sur le site bnf.fr). Si votre livre est imprimé par un imprimeur professionnel, celui-ci effectue souvent une partie du dépôt légal en son nom (pour l'imprimeur), mais il vous appartient de faire le dépôt en tant qu'éditeur.

Pour un livre numérique : le dépôt légal des documents numériques est géré par la BNF via son portail dédié. Si votre ebook est diffusé par une plateforme qui effectue elle-même le dépôt légal (comme certains distributeurs), vérifiez si vous êtes dispensé de le faire vous-même.

Le dépôt légal est gratuit. Il permet de conserver une trace de votre œuvre dans les archives nationales.

3.5 LE DROIT D'AUTEUR : ÊTES-VOUS AUTOMATIQUEMENT PROTÉGÉ ?

Oui. En France, la protection par le droit d'auteur est automatique dès la création d'une œuvre originale. Vous n'avez aucune démarche à effectuer, aucun formulaire à remplir, aucune taxe à payer. Du moment que vous avez créé l'œuvre, vous en êtes l'auteur et vous bénéficiez des protections prévues par le Code de la propriété intellectuelle.

Cependant, en cas de litige (plagiat, contrefaçon), il peut être utile de pouvoir prouver l'antériorité de votre création — c'est-à-dire d'établir que vous avez bien créé l'œuvre à une date donnée. Pour cela, vous pouvez :

- Vous envoyer à vous-même votre manuscrit par email ou lettre recommandée (la date de l'envoi fait foi).
- Déposer votre manuscrit sur une plateforme sécurisée d'horodatage.
- Faire enregistrer votre œuvre auprès de la SCAM (Société civile des auteurs multimédia) ou de la SACD, selon la nature de l'œuvre.

Checklist

AVANT DE PASSER À L'ÉTAPE 4 :

☐

VOUS AVEZ DÉCIDÉ SI VOUS UTILISEZ L'ISBN GRATUIT KDP OU ACHETEZ VOTRE PROPRE ISBN À L'AFNIL.

☐

SI VOUS OPTEZ POUR L'ISBN AFNIL, VOUS AVEZ EFFECTUÉ VOTRE DEMANDE SUR WWW.AFNIL.ORG.

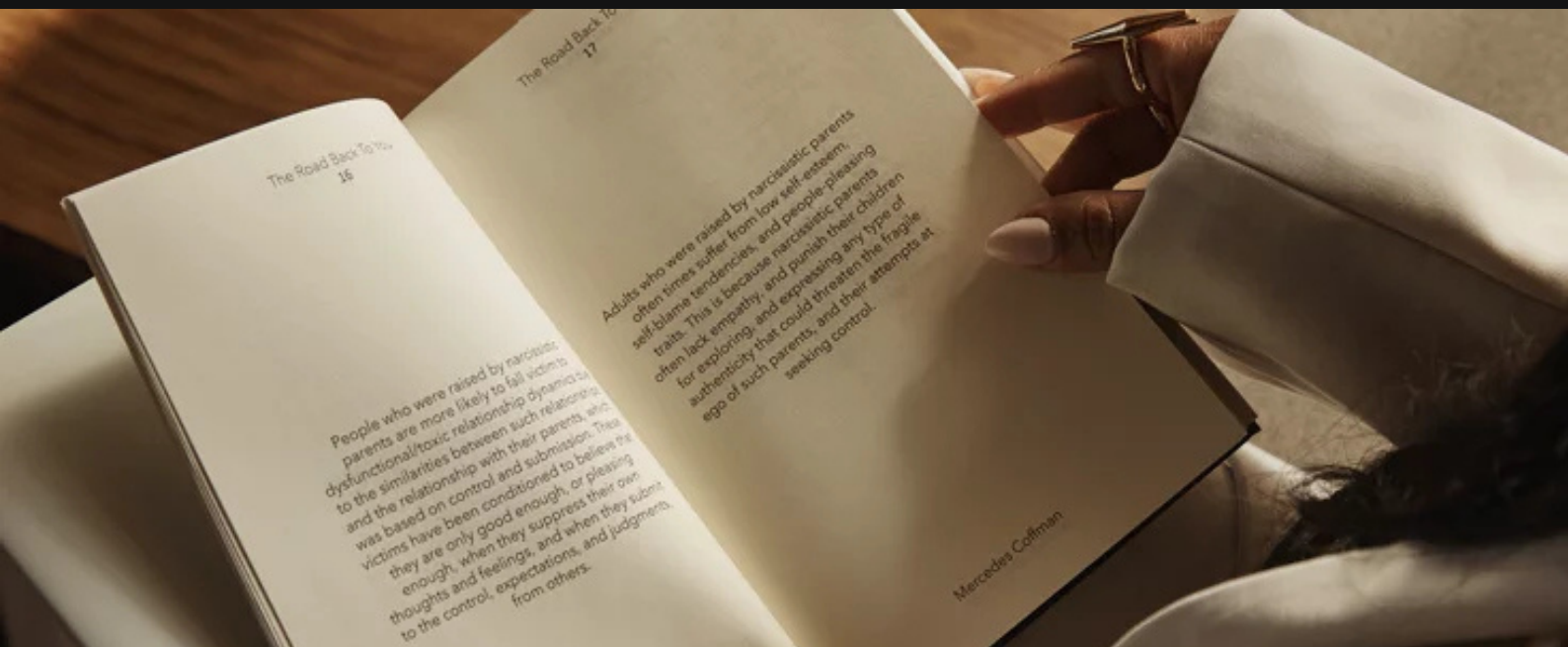
☐

VOUS AVEZ PRÉVU UN ISBN DISTINCT POUR CHAQUE FORMAT (BROCHÉ, EPUB, PDF SI APPLICABLE).

☐

VOUS AVEZ PENSÉ AU DÉPÔT LÉGAL À LA BNF.

ETAPE



NUMERO 4

METTRE EN PAGE SON LIVRE (PRINT ET NUMÉRIQUE)

**CHECKLIST
EN FIN DE
CHAPITRE**

La mise en page est l'étape qui transforme votre fichier Word brut en un livre qui ressemble à un vrai livre. Elle concerne à la fois la version papier (broché) et la version numérique (ebook), qui ont des exigences très différentes. Cette étape demande un peu plus de patience que les précédentes, mais avec les bons outils, elle est tout à fait accessible à un non-professionnel.

4.1 LA MISE EN PAGE POUR LE BROCHÉ (VERSION PAPIER)

Un livre papier imprimé à la demande doit respecter des règles précises de mise en page : marges, polices, interlignage, numérotation des pages, etc. Voici les fondamentaux.

Les formats standard pour un broché autoédité

Le format de votre livre (appelé « trim size » chez KDP) doit être choisi avant de commencer la mise en page, car il conditionne les marges et la maquette globale.

Les formats les plus courants sur Amazon KDP pour les livres en français sont :

- 15,24 x 22,86 cm (6 x 9 pouces) : le format standard pour la plupart des livres pratiques, guides, essais et romans.
- 12,7 x 20,32 cm (5 x 8 pouces) : format compact, souvent utilisé pour les romans de poche.
- 14 x 21,59 cm (5,5 x 8,5 pouces) : intermédiaire, très utilisé pour les romans.
- 21,59 x 27,94 cm (8,5 x 11 pouces) : grand format, pour les livres illustrés ou les cahiers de travail.

Les marges recommandées

Les marges d'un livre broché imprimé à la demande doivent prendre en compte la « gouttière » : la marge intérieure (côté reliure), qui doit être plus large que la marge extérieure pour que le texte reste lisible une fois le livre relié.

Pour un livre de 150 à 300 pages au format 15,24 x 22,86 cm :

- Marge intérieure (gouttière) : au minimum 1,9 cm, idéalement 2,2 cm
- Marges extérieure, haute et basse : entre 1,5 cm et 2 cm
- KDP fournit des recommandations de marges précises selon le nombre de pages de votre livre dans son aide en ligne.

La police et l'interlignage

Pour le corps du texte d'un livre :

- Choisissez une police avec empattements (sérif), lisible et classique pour les longs textes : Georgia, Garamond, Palatino, ou Book Antiqua sont d'excellents choix.
- Taille recommandée : entre 10,5 et 12 points selon la police choisie et le format du livre.
- Interlignage (espacement entre les lignes) : entre 1,2 et 1,5 selon la police. Un interlignage trop serré fatigue l'œil ; trop espacé donne un aspect aéré peu professionnel.
- Justification du texte : le texte du corps d'un livre est généralement justifié (aligné à gauche ET à droite), comme vous le voyez dans les livres traditionnels.

La numérotation des pages

- Les pages préliminaires (avant le premier chapitre) sont traditionnellement numérotées en chiffres romains (i, ii, iii...) ou ne sont pas numérotées.
- Le corps du livre commence à la page 1.
- La page de titre, la page de copyright et les pages de début de chapitre n'affichent généralement pas de numéro de page, même si elles sont comptées dans la pagination.

4.2 LES OUTILS GRATUITS POUR LA MISE EN PAGE D'UN BROCHÉ

Microsoft Word ou LibreOffice Writer

Si vous maîtrisez déjà l'un de ces logiciels, c'est souvent le moyen le plus simple et le plus rapide pour préparer une mise en page correcte pour un broché autoédité. Amazon KDP accepte les fichiers Word (.docx) directement, et les convertit automatiquement en intérieur de livre.

Les étapes clés dans Word pour une mise en page basique :

1. Définissez le format de page (Mise en page > Format de papier) aux dimensions de votre format choisi.
2. Définissez les marges (en utilisant des marges en miroir pour prendre en compte la gouttière).
3. Choisissez vos styles de paragraphe (corps du texte, titres de chapitre) et appliquez-les de manière cohérente.
4. Insérez les numéros de page dans le pied de page.
5. Vérifiez que les débuts de chapitres commencent toujours en page impaire (page de droite).

Reedsy Book Editor (gratuit, en ligne)

Reedsy propose un éditeur de livres gratuit en ligne (reedsy.com/write-a-book) qui permet de rédiger et de mettre en page votre livre dans une interface propre et intuitive, puis d'exporter directement en formats prêts pour l'impression (PDF) et le numérique (EPUB). L'outil gère automatiquement de nombreuses règles typographiques. Idéal pour les débutants.

Atticus (payant, mais très complet)

Atticus (atticus.io) est un logiciel dédié à la mise en page de livres autoédités, disponible sur abonnement. Il permet de gérer à la fois la mise en page print et numérique depuis une seule interface, avec de nombreux modèles professionnels pré-configurés. C'est l'outil préféré de nombreux auteurs autoédités qui publient régulièrement.

Adobe InDesign (payant, pro)

InDesign est le logiciel de mise en page de référence dans l'industrie professionnelle. Très puissant, mais avec une courbe d'apprentissage significative et un coût d'abonnement mensuel. À réserver aux auteurs qui publient régulièrement ou qui maîtrisent déjà l'outil.

4.3 LA MISE EN PAGE POUR LE NUMÉRIQUE (EBOOK)

La mise en page d'un ebook fonctionne très différemment de celle d'un livre papier. Un ebook n'a pas de pages fixes : le texte « reflue » et s'adapte à la taille de l'écran du lecteur, à la police choisie, au niveau de zoom. Il ne faut donc pas essayer de reproduire la mise en page print dans un ebook.

Les formats de fichier pour les ebooks

EPUB : c'est le format standard universel pour les ebooks. Il est utilisé par Kobo, Apple Books, Google Play Books, la Fnac numérique, et la plupart des liseuses (sauf Kindle). Si vous voulez distribuer sur toutes les plateformes, votre ebook doit être en EPUB.

MOBI / KFX : les formats propriétaires d'Amazon Kindle. Aujourd'hui, Amazon KDP accepte directement les fichiers EPUB et les convertit lui-même en format Kindle. Vous n'avez donc plus besoin de convertir manuellement en MOBI.

PDF : ce n'est pas un format idéal pour la lecture sur liseuse (le texte ne s'adapte pas à la taille de l'écran), mais il peut être utilisé pour distribuer un ebook directement depuis votre propre site internet ou lors de ventes directes.

Préparer un bon fichier pour l'ebook

Les règles de mise en forme pour un ebook :

- Utilisez obligatoirement les styles de titres (H1, H2...) de votre logiciel pour vos chapitres. C'est ce qui permet de créer la table des matières cliquable.
- Évitez les formatages complexes basés sur des positions fixes (tableaux, colonnes) qui s'affichent mal sur liseuse.
- Les images doivent être en RVB, à une résolution raisonnable (72 à 150 dpi suffit pour la lecture numérique).
- Supprimez les sauts de page multiples créés avec des touches Entrée répétées.

Convertir son fichier en EPUB

Si vous partez d'un fichier Word (.docx), plusieurs options gratuites permettent de le convertir en EPUB :

Calibre (gratuit) : c'est le logiciel de référence pour la gestion et la conversion d'ebooks. Calibre (calibre-ebook.com) permet de convertir un fichier Word ou HTML en EPUB, en contrôlant de nombreux paramètres de conversion. Il dispose aussi d'un éditeur d'ebook intégré pour vérifier et corriger le fichier obtenu.

Reedsy Book Editor : comme mentionné plus haut, l'export direct en EPUB depuis Reedsy donne généralement un résultat propre et compatible avec toutes les plateformes.

Amazon KDP : accepte directement les fichiers .docx et les convertit en interne. Pratique, mais moins de contrôle sur le résultat final que si vous fournissez vous-même un fichier EPUB préparé.

Vérifier son ebook avant publication

Avant d'envoyer votre ebook sur les plateformes, vérifiez-le en le lisant sur un appareil réel ou un émulateur :

- Sur Amazon KDP, utilisez le prévisualiseur intégré lors du processus de publication.
- Pour les autres plateformes, téléchargez l'application Calibre ou l'application officielle Kobo ou Apple Books sur votre ordinateur pour prévisualiser le rendu.

4.4 LES MÉTADONNÉES DU LIVRE NUMÉRIQUE

Les métadonnées sont les informations associées à votre fichier ebook (titre, auteur, éditeur, langue, description, ISBN, catégories...). Elles permettent aux plateformes d'identifier et de référencer correctement votre livre. Des métadonnées bien remplies améliorent la visibilité de votre ebook dans les résultats de recherche.

Sur Amazon KDP, les métadonnées se renseignent lors du processus de publication (voir étape 5). Si vous convertissez vous-même votre fichier EPUB, pensez à renseigner les métadonnées directement dans le fichier (possible depuis Calibre).

Checklist

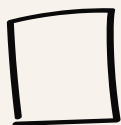
AVANT DE PASSER À L'ÉTAPE 5 :



VOTRE FICHIER INTÉRIEUR BROCHÉ EST MIS EN PAGE AVEC LES BONS FORMATS, MARGES, POLICES ET NUMÉROTATION.



VOTRE FICHIER EPUB (OU DOCX PRÊT POUR CONVERSION) EST PRÉPARÉ POUR LA VERSION NUMÉRIQUE.



VOUS AVEZ PRÉVISUALISÉ VOS DEUX FICHIERS (PAPIER ET NUMÉRIQUE) ET CORRIGÉ LES ÉVENTUELS PROBLÈMES.



VOS COUVERTURES SONT PRÊTES DANS LES BONS FORMATS.

ETAPE



NUMERO 5

PUBLIER SUR AMAZON KDP (ET AILLEURS)

CHECKLIST
EN FIN DE
CHAPITRE

Amazon KDP (Kindle Direct Publishing) est la plateforme d'auto-édition la plus utilisée dans le monde. Elle permet de publier à la fois des ebooks Kindle et des livres papier imprimés à la demande (broché ou cartonné), de les rendre disponibles sur Amazon dans tous les pays, sans frais d'inscription et sans minimum de commande.

Voici comment procéder, pas à pas.

5.1 CRÉER SON COMPTE AMAZON KDP

Rendez-vous sur kdp.amazon.com. Si vous avez déjà un compte Amazon personnel, vous pouvez vous y connecter. Sinon, créez un compte dédié. Lors de la création ou de la configuration de votre compte KDP, vous devrez renseigner :

Vos informations personnelles ou d'entreprise : nom, adresse, statut (particulier, auto-entrepreneur, entreprise). En tant qu'auteur autoéduit, vous publiez en tant que particulier sauf si vous avez créé une structure juridique dédiée.

Vos informations bancaires : pour recevoir votre argent. Amazon règle les auteurs environ 60 jours après la fin du mois au cours duquel les ventes ont été réalisées.

Vos informations fiscales : KDP est une plateforme américaine, et Amazon est tenu de vous demander un formulaire fiscal. Pour les résidents français, il s'agit du formulaire W-8BEN (pour les particuliers), qui certifie que vous êtes un contribuable non-américain et vous permet de bénéficier des conventions fiscales entre la France et les États-Unis. Ce formulaire évite la double imposition : sans lui, Amazon retiendrait 30 % de vos revenus à la source. Avec un W-8BEN correctement rempli, cette retenue est réduite à 0 % pour les résidents français. Le formulaire se remplit directement dans votre espace KDP.

5.2 PUBLIER SON EBOOK KINDLE SUR KDP

Une fois votre compte configuré, cliquez sur « Créer un nouveau titre » puis « Ebook Kindle ». Voici les différentes sections à compléter :

Section 1 — Détails du livre

Langue : choisissez « Français ».

Titre et sous-titre : entrez exactement le titre que vous avez choisi. Le sous-titre est facultatif mais recommandé pour les ouvrages pratiques (pour le référencement par mots-clés).

Nom de l'auteur : votre prénom et nom de famille, ou votre pseudonyme si vous souhaitez publier sous un autre nom. Vous pouvez aussi ajouter des co-auteurs, des illustrateurs, des préfaciers, etc.

Description : c'est votre résumé de vente, l'équivalent du texte de quatrième de couverture. C'est l'un des éléments les plus importants pour convaincre les lecteurs d'acheter votre livre. Il doit être accrocheur, sans spoiler, et inclure des mots-clés naturellement intégrés. Vous disposez de 4 000 caractères maximum. Il est possible d'utiliser un formatage HTML basique (balises pour le gras, l'italique, les titres) pour rendre votre description plus lisible.

ISBN : si vous avez acheté votre propre ISBN à l'AFNIL, renseignez-le ici. Si vous laissez ce champ vide, Amazon attribue un ASIN à votre ebook (son identifiant interne) — ce qui est tout à fait acceptable pour une diffusion exclusive sur Amazon.

Éditeur : renseignez votre nom ou le nom de votre structure éditoriale.

Date de publication : la date à laquelle vous avez publié ce livre pour la première fois. Si c'est une nouvelle publication, vous pouvez laisser la date du jour.

Catégories : vous pouvez choisir jusqu'à 2 catégories principales (bisac) dans lesquelles votre livre apparaîtra. Choisissez-les avec soin : elles déterminent dans quels rayons virtuels votre livre sera visible. En contactant le service client KDP, il est possible d'en ajouter davantage.

Mots-clés : vous disposez de 7 champs de mots-clés. Ce sont des termes que les lecteurs tapent dans la barre de recherche Amazon pour trouver des livres comme le vôtre. Ne gaspillez pas ces champs avec le titre ou le nom de l'auteur (déjà indexés) : utilisez des expressions précises et pertinentes que vos lecteurs cibles utilisent réellement.

Âge et niveau scolaire : uniquement pour les livres jeunesse.

Contenu adulte : cochez si votre livre contient du contenu adulte ou érotique.

Section 2 — Droits de contenu Kindle (KDP Select ou non)

KDP Select : c'est le programme d'exclusivité d'Amazon pour les ebooks. Si vous vous inscrivez à KDP Select, votre ebook doit être exclusivement disponible sur Amazon pendant 90 jours (renouvelables). En échange, vous accédez à des avantages :

- Votre ebook est inclus dans Kindle Unlimited (KU), le service d'abonnement Amazon : les abonnés KU peuvent lire votre livre gratuitement, et vous êtes rémunéré à la page lue.
- Vous accédez à des outils promotionnels : les promotions « Prix à 0 € pendant 5 jours » et le « Compte à rebours Kindle » (prix progressivement croissant sur une courte période).

Si vous ne vous inscrivez PAS à KDP Select, vous pouvez distribuer votre ebook sur toutes les plateformes en même temps (Kobo, Apple Books, Google Play Books, etc.).

Pour qui est KDP Select : si vous débutez et n'avez pas encore d'audience sur d'autres plateformes, KDP Select est souvent une bonne stratégie pour les 3 à 6 premiers mois. Les abonnés Kindle Unlimited sont nombreux et peuvent constituer une source de revenus significative. Si vous avez déjà une audience sur d'autres plateformes ou souhaitez une distribution multicanale, sortez de KDP Select.

Territoires de distribution : sélectionnez « Tous les territoires » pour une diffusion mondiale.

Section 3 — Tarification des ebooks

Taux de royalties : vous choisissez entre deux taux :

- 70 % de royalties sur le prix de vente, uniquement disponible si le prix de l'ebook est compris entre 2,99 € et 9,99 € (et dans les marchés éligibles).
- 35 % de royalties, pour un ebook vendu à moins de 2,99 € ou plus de 9,99 €, ou sur certains marchés géographiques.

Nota : avec le taux à 70 %, Amazon déduit également des « frais de livraison » calculés selon la taille du fichier ebook. Ces frais sont en général très faibles pour un texte seul (quelques centimes), mais peuvent être plus significatifs pour un ebook richement illustré.

Prix suggéré : Amazon calculera automatiquement votre revenu par vente selon le taux et le prix que vous fixez. Prenez le temps de chercher à quel prix se vendent les ebooks dans votre catégorie, et positionnez-vous de manière cohérente.

5.3 PUBLIER SON LIVRE BROCHÉ SUR KDP

Le processus est similaire à celui de l'ebook, mais avec des sections spécifiques à l'impression :

Format du livre (Trim Size) : choisissez le format que vous avez utilisé pour votre mise en page.

Papier : choisissez entre papier blanc (plus adapté aux livres illustrés ou techniques) et papier crème (plus confortable pour les romans et textes longs).

Couverture : mate ou brillante. La couverture mate est généralement préférée pour les romans et livres pratiques (aspect plus élégant), la brillante pour les livres très colorés ou illustrés.

Upload du manuscrit : téléchargez votre fichier PDF intérieur (ou votre fichier Word, que KDP convertira). Utilisez le prévisualiseur 3D de KDP pour vérifier l'aspect final du livre avant de valider.

Upload de la couverture : téléchargez votre fichier PDF de couverture.

Prix : pour le broché, votre prix de vente doit couvrir à la fois les frais d'impression (calculés automatiquement selon le format, le nombre de pages et le type de papier) ET vous laisser une marge de royalties. KDP affiche clairement le coût d'impression et calcule en temps réel votre revenu par exemplaire selon le prix que vous fixez. En règle générale, les royalties sur les brochés se situent entre 25 % et 30 % du prix de vente après déduction des frais d'impression.

5.4 COMPRENDRE LES DROITS D'AUTEUR ET ROYALTIES

Voici un résumé clair de ce que vous percevez réellement par vente :

Pour les ebooks au taux 70 % : si votre ebook est vendu 9,99 €, votre royauté est environ 6,99 € (70 %), moins les frais de livraison (quelques centimes).

Pour les ebooks au taux 35 % : si votre ebook est vendu 1,99 €, votre royauté est environ 0,70 € (35 %).

Pour le broché : exemple concret — un roman de 300 pages au format 15,24 x 22,86 cm, vendu 15 €. Les frais d'impression KDP sont d'environ 4 à 5 €. La royauté est de 60 % du prix de vente moins les frais d'impression, soit environ $(15 \times 60\%) - 4,50 = 9 - 4,50 = 4,50$ € par exemplaire vendu.

5.5 PUBLIER SUR D'AUTRES PLATEFORMES

Si vous avez votre propre ISBN et n'êtes pas inscrit à KDP Select pour votre ebook, vous pouvez (et devez) distribuer votre livre sur d'autres plateformes :

Kobo Writing Life (kobo.com/writinglife) : la plateforme d'auto-édition de Kobo, très populaire en France, Belgique, Canada francophone. Gratuit. Royalties de 70 % pour les ebooks vendus entre 2,99 € et 12,99 €.

Apple Books for Authors (authors.apple.com) : nécessite un Mac et un compte Apple Developer (gratuit). Royalties à 70 %. Très populaire auprès des lecteurs sur iPhone et iPad.

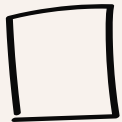
Google Play Books : plateforme de Google, accessible via le Google Play Books Partner Center. Royalties à 52 % du prix de vente.

IngramSpark : c'est une option différente des précédentes : IngramSpark est un distributeur qui permet de rendre votre livre disponible en commande dans des milliers de librairies physiques et en ligne dans le monde entier. IngramSpark exige un ISBN à votre nom (pas d'ISBN gratuit KDP). Il y a des frais de mise en ligne (environ 49 \$ par titre pour un broché), mais l'accès au réseau de distribution est considérable.

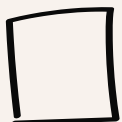
Fnac, Cultura, et autres revendeurs français : ces enseignes achètent les livres via des distributeurs agrégateurs. Si vous passez par IngramSpark ou un distributeur agrégateur français comme DeMarque, vous pouvez potentiellement être référencé chez ces revendeurs.

Checklist

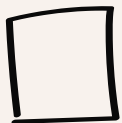
FIN D'ÉTAPE 5 :



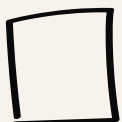
VOTRE COMPTE KDP EST CRÉÉ ET VOTRE FORMULAIRE W-8BEN EST REMPLI.



VOTRE EBOOK EST PUBLIÉ AVEC DES MÉTADONNÉES COMPLÈTES ET DES MOTS-CLÉS BIEN CHOISIS.



SI VOUS AVEZ UN BROCHÉ, IL EST PUBLIÉ ET LE PRÉVISUALISEUR A ÉTÉ VÉRIFIÉ AVANT VALIDATION.



VOUS AVEZ DÉCIDÉ SI VOUS PARTICIPEZ À KDP SELECT OU SI VOUS DISTRIBUEZ SUR PLUSIEURS PLATEFORMES.



VOS FICHIERS SONT CORRECTEMENT UPLOADÉS ET VOTRE PRIX DE VENTE EST DÉFINI.

ETAPE



NUMERO 6

PROMOUVOIR ET VENDRE SON LIVRE

CHECKLIST
EN FIN DE
CHAPITRE

Publier votre livre sur Amazon est une étape essentielle, mais ce n'est pas une garantie de vente. Amazon référence des millions de titres, et votre livre ne sera pas automatiquement mis en avant : il vous faut aller chercher vos lecteurs, construire votre visibilité, et développer votre présence d'auteur.

Bonne nouvelle : il existe de nombreuses stratégies efficaces pour promouvoir son livre sans gros budget.

6.1 OPTIMISER SA FICHE PRODUIT AMAZON (LE RÉFÉRENCEMENT NATUREL)

Avant même de faire de la promotion externe, assurez-vous que votre fiche Amazon est parfaitement optimisée. C'est votre meilleur outil de vente gratuit.

Les mots-clés

Les 7 champs de mots-clés que vous renseignez lors de la publication sont lus par l'algorithme Amazon et déterminent dans quelles recherches votre livre apparaîtra. Quelques conseils :

- Utilisez des expressions que vos lecteurs tapent réellement, pas des mots génériques. Par exemple, au lieu de « roman policier », préférez « roman policier psychologique France » ou « thriller psychologique femme auteure française ».
- Utilisez des outils gratuits comme Publisher Rocket (payant) ou KDP Rocket, ou simplement la barre de recherche Amazon elle-même (qui propose des autocomplétions révélatrices des recherches populaires).
- Ne répétez pas les mots déjà dans votre titre ou sous-titre.

La description

Votre description est votre argumentaire de vente. Elle doit accrocher dès les premières lignes (les premières 2-3 phrases sont les seules visibles avant le bouton « Lire la suite »), susciter la curiosité ou l'émotion, et se terminer par un appel à l'action implicite (« Plongez dans... », « Découvrez... »).

Les avis lecteurs

Les avis sont l'un des facteurs les plus influents sur les décisions d'achat, et l'un des signaux les plus importants pour l'algorithme Amazon. Dès la publication de votre livre :

- Contactez vos bêta-lecteurs, vos proches ou membres de votre liste email pour leur demander de laisser un avis honnête sur Amazon.
- Incluez un appel à l'action en fin de livre pour inviter les lecteurs à laisser un avis.
- Ne cherchez pas à acheter des avis ou à manipuler le système : Amazon le détecte et peut retirer vos livres.

6.2 LES RÉSEAUX SOCIAUX : QUELLE STRATÉGIE SANS BUDGET ?

Les réseaux sociaux sont votre principal canal de promotion gratuite. L'enjeu est de choisir les plateformes sur lesquelles vos lecteurs cibles se trouvent, et d'y créer une présence authentique et régulière.

Bookstagram (Instagram dédié aux livres)

Instagram est l'un des réseaux les plus actifs pour la communauté des lecteurs et auteurs. Vous n'avez pas besoin de créer un compte dédié uniquement aux livres : vous pouvez partager votre aventure d'auteur sur votre compte existant ou en créer un nouveau.

Ce qui fonctionne sur Instagram pour un auteur :

- Partagez les coulisses de votre écriture (votre espace de travail, votre processus, vos doutes, vos victoires).
- Présentez votre couverture, votre titre, le thème de votre livre avec des visuels soignés.
- Participez aux hashtags de la communauté lecteurs : #bookstagram, #booklover, #livre, #auteurfrancais, #autoedition, #lecture...
- Faites des Reels (vidéos courtes) sur votre parcours d'auteur, sur des citations de votre livre, sur les coulisses de l'auto-édition.

TikTok (BookTok)

Le « BookTok » est la communauté de lecteurs et d'auteurs sur TikTok, extrêmement active et capable de générer des ventes massives pour des titres parfois peu connus. Des livres ont été propulsés en bestseller grâce à une seule vidéo virale.

Ce qui fonctionne sur TikTok pour un auteur :

- Des vidéos courtes et authentiques sur votre parcours d'écriture.
- Des extraits lus à voix haute de votre livre.
- Des vidéos répondant à la question « Quel genre de livre j'ai écrit ? » avec de la musique et du texte.
- Des « unboxing » de votre livre papier lorsque vous recevez vos premiers exemplaires.

Facebook (groupes et page auteur)

Facebook reste incontournable pour toucher certaines communautés de lecteurs, en particulier au-delà de 35 ans. Créez une page auteur professionnelle, et rejoignez des groupes de lecteurs dans votre genre (groupes de lecteurs de polars, de romances, de développement personnel, etc.) pour vous faire connaître, partager des extraits et interagir avec les membres.

Attention : dans les groupes Facebook, la promotion directe de son livre est souvent limitée ou encadrée par les règles du groupe. L'approche la plus efficace est d'abord d'apporter de la valeur en participant aux discussions, puis de mentionner votre livre de manière naturelle et contextuelle.

Twitter / X et LinkedIn

Twitter/X est utile pour les auteurs d'essais, de non-fiction et de contenu professionnel ou intellectuel. LinkedIn est pertinent pour les livres professionnels (business, marketing, carrière, entrepreneuriat, développement personnel en contexte professionnel).

6.3 CONSTRUIRE SA LISTE EMAIL : L'OUTIL LE PLUS PUISSANT À LONG TERME

Si les réseaux sociaux peuvent vous apporter une visibilité immédiate, la liste email est votre actif le plus précieux sur le long terme : c'est une audience qui vous appartient, que vous pouvez contacter directement, sans dépendre d'un algorithme.

Voici comment la construire gratuitement :

Créez un « lead magnet » (une offre d'opt-in) : c'est un cadeau gratuit que vous offrez à vos visiteurs en échange de leur adresse email. Pour un auteur, cela peut être : le premier chapitre de votre livre, une nouvelle courte inédite, un guide ou une checklist thématique liée à votre livre (par exemple, pour un livre sur la productivité, vous pouvez offrir « Mes 5 outils gratuits pour écrire plus efficacement »).

Choisissez un outil d'email marketing gratuit : Systeme.io (version gratuite, voir le bonus à la fin de ce guide), Mailchimp (plan gratuit jusqu'à 500 contacts), Brevo (ex-Sendinblue, plan gratuit jusqu'à 300 emails par jour), ou ConvertKit (plan gratuit limité). Ces outils vous permettent de créer une page de capture d'adresses email et d'envoyer des emails à vos abonnés.

Mentionnez votre liste email dans tous vos supports : en fin de livre (l'appel à l'action dont on a parlé à l'étape 1), dans votre bio de réseaux sociaux, dans vos contenus.

6.4 LES PROMOTIONS ET OUTILS KDP SELECT

Si vous êtes inscrit à KDP Select, vous avez accès à des outils promotionnels puissants :

Prix à 0 € (promotion gratuite) : pendant 5 jours par période de 90 jours, vous pouvez rendre votre ebook gratuit. Cela ne génère pas de revenus directs, mais peut générer :

- Un grand nombre de téléchargements qui améliorent votre classement dans les catégories Amazon.
- De nouveaux lecteurs qui, s'ils apprécient votre livre, laissent des avis et achètent vos autres titres.
- Une augmentation de la visibilité organique après la promotion.

Compte à rebours Kindle : votre ebook est proposé à un prix réduit de manière progressive sur une courte période (par exemple, 0,99 € le premier jour, 1,99 € le deuxième jour, 2,99 € le troisième jour, puis retour au prix normal). Vous continuez à toucher 70 % de royalties même pendant la promotion.

Pour amplifier l'effet de ces promotions, soumettez votre promotion à des sites spécialisés dans les annonces de livres gratuits ou en promotion (comme Freebooksy, Bargain Booksy ou leurs équivalents francophones) pour atteindre un maximum de lecteurs.

6.5 OBTENIR DES ARTICLES DE BLOG, DES INTERVIEWS ET DES PARTENARIATS

Les retombées médias et partenariats sont une source de visibilité gratuite très efficace, souvent négligée par les auteurs autoédités.

Contacter des blogueurs et booktubers : cherchez des blogs littéraires, des chaînes YouTube de critiques de livres, des comptes Instagram de lecteurs actifs dans votre genre. Proposez-leur un exemplaire gratuit de votre livre (numérique ou papier) en échange d'une lecture et d'un avis sur leurs supports. Personnalisez vos demandes : montrez que vous connaissez leur contenu et que votre livre correspond à leurs lecteurs.

Être invité dans des podcasts : il existe de nombreux podcasts sur l'écriture, l'auto-édition, la littérature, et des podcasts thématiques dans votre domaine (si vous écrivez un livre sur la nutrition, proposez-vous à des podcasts santé). Cherchez sur les plateformes de podcasts les émissions dans votre thématique et proposez-vous comme invité.

Partenariats avec d'autres auteurs : des échanges de visibilité entre auteurs autoédités du même genre sont courants et très efficaces. Par exemple, un auteur peut recommander votre livre à sa liste email en échange d'une recommandation de votre part envers la sienne.

6.6 VENDRE EN DEHORS D'AMAZON

Amazon est un excellent point de départ, mais votre livre peut aussi se vendre ailleurs.

Votre propre site web : avoir un site auteur (même une page simple avec un lien vers votre livre Amazon et un formulaire d'inscription à votre newsletter) est indispensable à moyen terme. WordPress avec un thème gratuit, ou une simple landing page créée avec Systeme.io (voir le bonus), suffisent pour commencer. Les salons du livre locaux : les salons du livre, foires de livres, marchés culturels locaux sont d'excellentes opportunités de vente directe et de rencontre avec vos lecteurs. La présence physique crée un lien que le digital ne reproduit pas. Renseignez-vous auprès de votre mairie, médiathèque, associations culturelles locales.

Les librairies indépendantes : si vous avez votre propre ISBN et des livres imprimés disponibles, vous pouvez proposer votre livre directement à des librairies indépendantes de votre région. Toutes ne peuvent pas stocker des livres autopubliés (logistique de retour compliquée), mais certaines sont ouvertes aux auteurs locaux, surtout si vous proposez la vente en dépôt-vente. Les conférences, ateliers et formations : si votre livre est lié à un domaine de compétence (coaching, bien-être, entrepreneuriat, pédagogie...), le vendre lors de conférences ou d'ateliers que vous animez est une stratégie très efficace.

Checklist

FIN D'ÉTAPE 6 :

☐

VOTRE FICHE AMAZON EST OPTIMISÉE (MOTS-CLÉS, DESCRIPTION, CATÉGORIES).

☐

VOUS AVEZ DEMANDÉ DES AVIS À VOS PREMIERS LECTEURS.

☐

VOUS AVEZ DÉFINI VOTRE STRATÉGIE DE RÉSEAUX SOCIAUX ET COMMENCÉ À PUBLIER RÉGULIÈREMENT.

☐

VOUS AVEZ MIS EN PLACE UN SYSTÈME DE COLLECTE D'ADRESSES EMAIL.

☐

VOUS AVEZ IDENTIFIÉ AU MOINS UNE ACTION PROMOTIONNELLE CONCRÈTE À LANCER DANS LES 30 PROCHAINS JOURS.

BONUS



**CRÉER SON TUNNEL DE VENTE AVEC SYSTEME.IO
(VERSION GRATUITE)**

CHECKLIST
EN FIN DE
CHAPITRE

Jusqu'ici, vous avez tout ce qu'il faut pour publier votre livre et commencer à le vendre sur Amazon et d'autres plateformes. Mais il existe une dimension supplémentaire que peu d'auteurs autoédités exploitent à leurs débuts, et qui peut pourtant transformer radicalement vos revenus : vendre votre livre directement, sans intermédiaire, depuis votre propre système. C'est là qu'intervient le « tunnel de vente » et Systeme.io vous permet de le créer **entièrement gratuitement**.

QU'EST-CE QU'UN TUNNEL DE VENTE ET POURQUOI EN CRÉER UN ?

Un tunnel de vente (ou « sales funnel » en anglais) est un parcours guidé que vous créez pour vos visiteurs, qui les conduit étape par étape d'un premier contact avec vous jusqu'à l'achat de votre livre (et éventuellement d'autres produits).

Dans sa forme la plus simple, un tunnel de vente pour un auteur ressemble à ceci :

1. Un visiteur arrive sur votre page de capture (depuis vos réseaux sociaux, un article de blog, une mention dans un podcast...).
2. Il entre son adresse email en échange de votre lead magnet gratuit (premier chapitre, guide bonus...).
3. Il reçoit automatiquement un email de bienvenue avec son cadeau ET un lien pour acheter votre livre à prix spécial ou pour en découvrir plus.
4. Dans les jours suivants, il reçoit une séquence d'emails automatiques qui lui apportent de la valeur, renforcent sa confiance envers vous, et lui proposent votre livre.

L'avantage par rapport à la vente exclusive sur Amazon : vous connaissez vos lecteurs (leurs adresses email), vous pouvez leur vendre directement, sans commission (ou avec une très faible commission via des outils de paiement), et vous construisez une relation durable qui vous permettra de vendre tous vos livres futurs à cette même audience.

QU'EST-CE QUE SYSTEME.IO ?

Systeme.io est une plateforme tout-en-un française, créée par Aurélien Amacker, qui permet de créer des tunnels de vente, des pages de capture, des sites internet, des formations en ligne, des campagnes d'email marketing et bien plus encore.

Sa grande force : la version gratuite est extrêmement généreuse et suffit largement pour un auteur qui commence. Elle inclut :

- Jusqu'à 2 000 contacts email
- Jusqu'à 3 tunnels de vente
- Des envois d'emails illimités
- 1 domaine personnalisé
- Des pages de capture et de vente en nombre illimité dans les tunnels
- Accès à l'éditeur de pages par glisser-déposer

1. Rendez-vous sur systeme.io
2. Cliquez sur « S'inscrire gratuitement »
3. Entrez votre adresse email et créez un mot de passe
4. Confirmez votre email
5. Vous accédez directement au tableau de bord, sans carte bancaire requise

Créer son premier tunnel de vente : étape par étape

Étape 1 – Créer le tunnel

1. Depuis votre tableau de bord Systeme.io, cliquez sur « Tunnels » dans le menu de gauche.
2. Cliquez sur « Créer un tunnel ».
3. Donnez un nom à votre tunnel (par exemple : « Tunnel livre [Titre de votre livre] »).
4. Choisissez le type de tunnel « Construire une audience » si votre objectif principal est de collecter des emails, ou « Vendre un produit » si votre objectif est la vente directe. Pour un auteur débutant, « Construire une audience » est souvent le bon point de départ.
5. Cliquez sur « Créer ».

Étape 2 – Créer votre page de capture (opt-in page)

C'est la première page que verront vos visiteurs. Son objectif est simple : convaincre le visiteur d'entrer son adresse email en échange de votre cadeau gratuit.

1. Dans votre tunnel, cliquez sur « Squeezer / Page d'opt-in ».
2. Choisissez un modèle de page parmi ceux disponibles (il en existe plusieurs entièrement gratuits).
3. Cliquez sur « Modifier la page » pour personnaliser le contenu.
4. Personnalisez avec l'éditeur glisser-déposer :
 - Changez le titre principal : « Recevez gratuitement le premier chapitre de [Titre de votre livre] »
 - Ajoutez un sous-titre qui explique ce que le lecteur va y trouver et pourquoi c'est précieux.
 - Intégrez une image (couverture de votre livre, par exemple).
 - Vérifiez que le formulaire email est bien présent (champ prénom + champ email + bouton d'envoi).
 - Personnalisez le texte du bouton : « Oui, je veux mon chapitre gratuit ! » est plus efficace que « S'inscrire ».
5. Sauvegardez la page.

Étape 3 – Créer votre page de confirmation (merci).

Après que le visiteur a entré son email, il est automatiquement redirigé vers une page de remerciement. C'est une opportunité à ne pas manquer.

1. Dans votre tunnel, cliquez sur « Page de confirmation ».
2. Choisissez un modèle.
3. Personnalisez :
 - Confirmez que l'email va arriver dans quelques minutes.
 - Proposez directement l'achat de votre livre (avec un lien vers votre page Amazon ou votre page de vente directe).
 - Si vous proposez la vente directe, mentionnez un prix de lancement spécial ou un bonus exclusif pour les personnes qui commandent maintenant.

Étape 4 – Créer la séquence d'emails automatiques

C'est l'élément qui transforme un simple formulaire en véritable outil de vente.

1. Dans le menu de gauche, cliquez sur « Emails » puis « Séquences d'emails ».
2. Cliquez sur « Créer une séquence ».
3. Nommez votre séquence et créez vos emails. Voici un exemple de séquence de 5 emails sur 7 jours :

Email 1 (envoyé immédiatement après l'inscription) :

Objet : « Voici votre cadeau ! »

Contenu : remerciez chaleureusement, livrez le lead magnet promis (lien de téléchargement du chapitre gratuit ou du guide), présentez-vous brièvement en 2-3 lignes, et dites-leur que vous leur enverrez d'autres messages dans les prochains jours.

Email 2 (envoyé 1 jour après) :

Objet : « Avez-vous eu le temps de lire votre chapitre ? »

Contenu : reparlez du lead magnet, donnez un aperçu de la suite du livre, et incluez un lien vers la page Amazon (ou votre page de vente) avec un message naturel et non pressant.

Email 3 (envoyé 3 jours après) :

Objet : « Pourquoi j'ai écrit ce livre »

Contenu : racontez votre histoire en tant qu'auteur, pourquoi vous avez voulu écrire ce livre, ce que vous espérez apporter à vos lecteurs. Humanisez la relation. Terminez avec un lien vers votre livre.

Email 4 (envoyé 5 jours après) :

Objet : « Ce que disent les premiers lecteurs »

Contenu : partagez des retours, des avis, des témoignages de vos bêta-lecteurs ou premiers acheteurs. Si vous n'en avez pas encore, vous pouvez partager un extrait marquant du livre et expliquer pourquoi ce passage est important. Terminez avec un lien vers votre livre.

Email 5 (envoyé 7 jours après) :

Objet : « Une dernière chose... »

Contenu : rappelez brièvement votre livre, invitez à passer à l'action (acheter, laisser un avis si déjà lu, partager autour de soi), et mentionnez ce que vous préparez ensuite (prochain livre, prochain contenu).

Étape 5 – Relier la séquence email à votre tunnel

1. Dans votre tunnel, allez dans les paramètres de votre page d'opt-in.
2. Dans la section « Actions après opt-in », ajoutez l'action « Ajouter le contact à la séquence email ».
3. Sélectionnez la séquence que vous venez de créer.
4. Sauvegardez.

Désormais, chaque fois qu'un visiteur entrera son email sur votre page de capture, il sera automatiquement ajouté à votre liste de contacts ET à votre séquence d'emails.

Étape 6 – Obtenir votre lien de partage et le diffuser

1. Dans votre tunnel, cliquez sur « Paramètres » puis sur « URL de la page ».
2. Copiez le lien de votre page de capture.
3. Partagez ce lien partout : dans votre bio Instagram, dans vos posts Facebook, dans vos vidéos TikTok, dans votre signature email, dans vos articles de blog, lors de vos interventions en podcast, dans les bonus mentionnés à la fin de votre livre.

ALLER PLUS LOIN AVEC SYSTEME.IO : VENDRE DIRECTEMENT VOTRE LIVRE

Si vous souhaitez non seulement collecter des emails mais aussi vendre votre livre directement depuis Systeme.io (sans passer par Amazon), la version gratuite le permet également.

Créer un produit dans Systeme.io

1. Dans le menu, cliquez sur « Ventes » puis « Produits ».
2. Créez un nouveau produit (par exemple : votre ebook en PDF).
3. Définissez le prix, le nom et la description.
4. Intégrez un lien de paiement (Systeme.io s'intègre avec PayPal et Stripe).

Avantages de la vente directe

En vendant directement, vous toucherez environ 97 % du prix de vente (après commission de paiement de 2 à 3 % sur Stripe ou PayPal), contre 30 à 65 % cédés à Amazon. Pour un ebook vendu 9,99 €, vous percevez environ 9,70 € via votre propre système, contre environ 7 € via Amazon (taux à 70 %).

La vente directe est particulièrement intéressante pour des formats que vous ne publiez pas nécessairement sur Amazon : des packs (livre + bonus), des versions enrichies, des ouvrages PDF accessibles immédiatement.

CONNECTER VOTRE DOMAINE PERSONNALISÉ (OPTIONNEL MAIS RECOMMANDÉ)

Pour une image plus professionnelle, vous pouvez connecter votre propre nom de domaine à Systeme.io.

La version gratuite inclut 1 domaine personnalisé. Si vous n'avez pas encore de nom de domaine, vous pouvez en acheter un pour environ 10 à 15 € par an sur des registrars comme OVH, Gandi ou Namecheap.

Cela vous permet d'avoir une URL du type « premierchapitregratuit.votresite.com » plutôt qu'une URL Systeme.io générique, ce qui renforce la perception professionnelle de votre page.

Résumé du bonus Systeme.io

Ce que vous avez créé gratuitement avec Systeme.io :

- Une page de capture qui collecte automatiquement les emails de vos lecteurs intéressés.
- Une page de remerciement qui présente votre livre.
- Une séquence d'emails automatiques qui vous permet de vendre en pilote automatique, 7 jours sur 7, 24 heures sur 24.
- Optionnellement, une page de vente directe pour votre livre en PDF ou tout autre format numérique.

Ce système travaille pour vous pendant que vous écrivez votre prochain livre. C'est l'essence d'un système de vente automatisé : vous le construisez une fois, et il continue de générer des ventes et des abonnés email sans action supplémentaire de votre part.

CONCLUSION

Vous venez de parcourir l'intégralité du processus d'auto-édition, de la préparation de votre manuscrit à la création d'un tunnel de vente automatisé. Ce que vous avez entre les mains n'est pas une liste d'idées abstraites : c'est une méthode concrète, testée, réalisable sans budget important et sans expérience préalable dans l'édition.

Chaque étape décrite dans ce guide peut être réalisée seul, depuis votre ordinateur, avec des outils en grande partie gratuits.

Ce que vous avez appris

Étape 1 : votre manuscrit doit être relu sur quatre niveaux (fond, style, orthographe, épreuve), structuré avec des pages préliminaires et finales complètes, et préparé dans un fichier source propre et organisé.

Étape 2 : votre couverture est un argument de vente décisif. Respectez les codes visuels de votre genre, assurez-vous de la lisibilité à petite taille, et utilisez Canva ou le Cover Creator KDP si votre budget est limité.

Étape 3 : l'ISBN gratuit KDP est suffisant si vous vendez exclusivement sur Amazon. Si vous souhaitez une distribution multicanale et être reconnu comme éditeur à votre propre nom, investissez dans votre propre ISBN à l'AFNIL (à partir de 44,40 € TTC en traitement standard).

Étape 4 : la mise en page papier et numérique obéissent à des règles différentes. Word, Reedsy et Calibre sont suffisants pour produire des fichiers de qualité professionnelle gratuitement.

Étape 5 : Amazon KDP est la plateforme de départ incontournable. Soignez vos métadonnées, choisissez consciemment entre KDP Select et la distribution multicanale, et comprenez exactement ce que vous touchez par vente.

Étape 6 : la publication n'est que le début. Optimisez votre fiche Amazon, construisez votre présence sur les réseaux sociaux, commencez à collecter des adresses email, et explorez les promotions KDP Select et les partenariats avec d'autres auteurs.

Bonus : Systeme.io vous permet de créer gratuitement un système de vente automatisé qui travaille pour vous en continu — page de capture, séquence email, vente directe.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no text or other markings on the paper.

Bravo ! **VOUS ÊTES PRÊT À AUTO-ÉDITER**

**LA SEULE CHOSE QUI SÉPARE UN AUTEUR QUI PUBLIE
D'UN AUTEUR QUI RESTE DANS SA TÊTE, C'EST LE
PASSAGE À L'ACTION.**

**VOUS AVEZ MAINTENANT TOUTES LES INFORMATIONS
NÉCESSAIRES POUR FRANCHIR CE PAS.**

VOTRE LIVRE MÉRITE D'ÊTRE LU. ALLEZ LE PUBLIER.



ELOISE MATHIEU

 **CONTACT DIRECT :**
E.ASSISTANTE69@GMAIL.COM

