



Les 10 erreurs qui empêchent d'attirer des prospects en VDI / MLM

Faites le point sur votre prospection et identifiez les premières améliorations à mettre en place pour attirer des prospects sans harceler votre entourage.

Mode d'emploi : cochez les situations qui correspondent à votre activité, puis choisissez une seule amélioration à appliquer en priorité.

Faites le bilan de votre prospection

Pour chaque point, cochez la case lorsque la situation vous correspond.
L'objectif n'est pas de vous juger, mais d'identifier ce qui peut être amélioré progressivement.

1. Je cherche à parler à tout le monde

☐ Cette situation me correspond

Lorsque vous vous adressez à tout le monde, votre message devient souvent trop général. Les personnes ne comprennent pas clairement si votre contenu les concerne.

Exemple

Un message comme :

« Je recherche des personnes motivées pour développer une activité. »

reste trop vague.

À améliorer

Choisissez un profil prioritaire :

- une personne qui débute en VDI ;
- une distributrice qui manque de prospects ;
- une personne en reconversion ;
- un parent cherchant une activité flexible ;
- un distributeur qui souhaite utiliser le digital.

Ma première action

Je définis clairement la personne que je souhaite attirer.

2. Je présente mon entreprise ou mon opportunité trop rapidement

☐ Cette situation me correspond

Beaucoup de prospects se ferment lorsqu'ils reçoivent immédiatement :

- le nom d'une entreprise ;
- un lien d'inscription ;
- un plan de rémunération ;
- une longue présentation commerciale.

Ils n'ont pas encore compris pourquoi cette activité pourrait les concerner.

À améliorer

Commencez par vous intéresser à leur situation :

- Que recherchent-ils ?
- Quelle difficulté rencontrent-ils ?
- Que souhaitent-ils améliorer ?
- Pourquoi envisagent-ils une activité complémentaire ?

Ma première action

Avant de présenter une offre, je pose au moins une question pour comprendre le besoin de la personne.

3. Je publie sans objectif précis

☐ Cette situation me correspond

Publier régulièrement ne suffit pas si chaque contenu part dans une direction différente.

Une publication peut avoir un objectif précis :

- attirer l'attention ;
- répondre à une question ;
- rassurer ;
- expliquer une méthode ;
- raconter une expérience ;
- inviter à télécharger une ressource.

À améliorer

Avant chaque publication, posez-vous cette question :

« Qu'est-ce que je veux que la personne comprenne ou fasse après avoir vu ce contenu ? »

Ma première action

Pour ma prochaine publication, je choisis un seul objectif clair.

4. Mon message d'attraction n'est pas assez clair

☐ Cette situation me correspond

Une personne qui découvre votre profil doit comprendre rapidement :

- qui vous aidez ;
- sur quel problème ;
- avec quelle approche.

Un message trop vague peut donner l'impression que vous proposez simplement « une opportunité de plus ».

Exemple de message clair

J'aide les distributeurs VDI et MLM à structurer leur prospection digitale sans harceler leur entourage.

À améliorer

Complétez cette phrase :

J'aide : _____
à : _____
sans : _____

Ma première action

Je rédige une phrase simple qui explique clairement qui j'aide et comment.

5. Je dépends uniquement des messages privés

☐ Cette situation me correspond

Les messages privés peuvent être utiles lorsqu'une conversation est déjà engagée. Mais ils deviennent fatigants lorsqu'ils constituent votre seule méthode de prospection.

Vous risquez alors de :

- solliciter toujours les mêmes personnes ;
- manquer de nouveaux contacts ;
- être perçu comme insistant ;
- vous décourager face au manque de réponses.

À améliorer

Ajoutez progressivement d'autres portes d'entrée :

- publications utiles ;
- vidéos ;
- articles ;
- référencement Google ;
- guide gratuit ;
- page de capture.

Ma première action

Je choisis un canal supplémentaire pour attirer des prospects sans envoyer de message privé à froid.

6. Je n'ai aucune ressource gratuite à proposer

☐ Cette situation me correspond

Une personne peut apprécier votre contenu sans être prête à vous contacter immédiatement.

Une ressource gratuite lui permet d'aller plus loin tout en découvrant votre manière de travailler.

Exemples de ressources

- checklist ;
- guide PDF ;
- calendrier de contenus ;
- liste d'idées ;
- modèle de message ;
- mini-diagnostic ;
- courte vidéo explicative.

À améliorer

Créez une ressource qui répond à un problème précis de votre audience.

Ma première action

Je note une idée de ressource gratuite utile à mon prospect idéal.

7. Je laisse repartir les visiteurs sans récupérer leurs coordonnées

☐ Cette situation me correspond

Une personne peut lire un article, regarder une vidéo ou visiter votre profil, puis ne jamais revenir.

Sans prénom ni email, vous ne pouvez pas poursuivre la relation.

À améliorer

Proposez une ressource gratuite contre :

- le prénom ;
- l'adresse email.

Il ne s'agit pas d'envoyer immédiatement des offres, mais de pouvoir continuer à apporter de la valeur.

Ma première action

Je prévois un moyen simple pour permettre aux visiteurs de recevoir ma ressource.

8. Je ne fais aucun suivi après le premier contact

☐ Cette situation me correspond

Un prospect n'est pas toujours prêt immédiatement.

L'absence de réponse ne signifie pas nécessairement qu'il n'est pas intéressé. Il peut :

- manquer de temps ;
- avoir besoin de réfléchir ;
- ne pas avoir compris l'offre ;
- vouloir observer votre contenu avant de décider.

À améliorer

Préparez un suivi léger et utile :

- un conseil complémentaire ;
- une réponse à une question fréquente ;
- un témoignage présenté avec prudence ;
- une invitation à consulter une ressource ;
- une relance humaine et non insistante.

Ma première action

Je prépare un message de suivi simple, sans pression commerciale.

9. Je ne regarde pas ce qui fonctionne réellement

☐ Cette situation me correspond

Sans suivi, vous risquez de répéter les mêmes actions sans savoir lesquelles apportent des résultats.

Vous pouvez observer simplement :

- les publications les plus vues ;
- les contenus les plus commentés ;
- les liens les plus cliqués ;
- les pages qui génèrent des inscriptions ;
- les sujets qui déclenchent des conversations.

À améliorer

Choisissez quelques indicateurs faciles à suivre chaque semaine.

Ma première action

Je note chaque semaine mes trois contenus ayant généré le plus d'intérêt.

10. Je prospecte sans système organisé

☐ Cette situation me correspond

Sans système, chaque action est isolée :

- une publication aujourd'hui ;
- quelques messages demain ;
- une vidéo la semaine suivante ;
- aucune relance ;
- aucun suivi des contacts.

Cette dispersion fatigue et rend les résultats difficiles à comprendre.

À améliorer

Construisez progressivement un parcours simple :

**Contenu utile → visiteur → ressource gratuite → contact → suivi → qualification
→ conversation**

Vous n'avez pas besoin de tout mettre en place immédiatement. Commencez par une seule étape, puis ajoutez les suivantes.

Ma première action

Je choisis la première brique de mon système à améliorer cette semaine.

Votre résultat

Vous avez coché entre 0 et 3 erreurs

Votre prospection possède déjà de bonnes bases. Identifiez néanmoins le point qui pourrait vous faire gagner le plus de clarté ou de régularité.

Vous avez coché entre 4 et 7 erreurs

Votre activité peut probablement progresser grâce à une meilleure organisation. Ne cherchez pas à tout modifier en même temps : choisissez une priorité.

Vous avez coché entre 8 et 10 erreurs

Votre prospection dépend encore beaucoup d'actions isolées. Ce n'est pas un échec : vous venez simplement d'identifier les principales briques à structurer.

Mon engagement pour les 7 prochains jours

Cette semaine, je vais améliorer :

Ma première action sera :

Je prévois de la réaliser avant le :

Une prospection plus efficace ne consiste pas forcément à contacter davantage de personnes. Elle consiste surtout à construire progressivement un système plus clair, plus utile et plus humain.