

NATAN LEMAIRE

37 MANIÈRES D'AVOIR

DAVANTAGE DE :

CLIENTS



37 MANIÈRES D'AVOIR DAVANTAGE DE CLIENTS

NATAN LEMAIRE

Mise à jour du 5/04/2023. (V3.5)

SOMMAIRE

Introduction 7

Le mensonge du livre.

Natan Lemaire

Avant de commencer : 15

16 hacks du marketing irrésistible.

- Hack #1 : "Landing page"
- Hack #2 : L'offre Break-Even
- Hack #3 : Bump
- Hack #4 : Les Offres Uniques
- Hack #4.1 : La Manipulation visuelle
- Hack #5 : L'effet de rareté
- Hack #6 : Le sentiment d'urgence
- Hack #7 : La réduction
- Hack #8 : La preuve sociale
- Hack #9 : La garantie et le statut
- Hack #10 : Un cadeau Gratuit !
- Hack #11 : L'obéissance à l'autorité !
- Hack #12 : "Always be leaving" (ABL)
- Hack #13 : Les badges de sécurité
- Hack #14 : L'appel à l'action unique
- Hack #15 : Le processus d'engagement
- Hack #16 : Lever les objections avec la FAQ

Les manières d'avoir davantage de clients :

- 1 - Les bonnes pratiques de la pub Facebook 28
- 2 - Prendre tout le trafic avec la pub Google 30
 - Comment prendre 70% du trafic de vos concurrents
comme une sangsue légalement ?
- 3 - La pub YouTube : le secret pour être 100 % rentable 35
- 4 - Le secret de John Cena sur Twitter 36
- 5 - La pub Snapchat 40

6 - La technique du caméléon avec la pub native	42
7 - Être rentable avec le spam	44
8 - Où acheter des listes d'emails ciblés ?	46
9 - La stratégie des groupes Facebook	48
10 - Acheter du trafic auprès d'influenceurs	50
• Ma technique pour faire des ROAS de 5 à 10 avec les influenceurs (testé et approuvé)	
11 - Vendre grâce à cette approche sur Telegram	54
12 - Dépenser 0.02 € par nouveau client (réel).....	56
13 - Transformer ses clients en affiliés	58
• Les "Boucles Virales"	
14 - Trouver des affiliés	61
• La stratégie du "Dream 100"	
15 - Où faire de l'affiliation ?	62
16 - SEO.....	64
• Pages référencées et pages non référencées	
• Pratiques élémentaires d'optimisation du SEO	
17 - SEO "black hat" (page obscure d'une valeur de 279 €)	69
18 - Créer un Empire sur YouTube	70
19 - Comment gonfler votre crédibilité avec les Interviews ?	73
20 - La stratégie du gourou	79
21 - Instagram Empire (Valeur : 2997€)	82
22 - Un moyen fiable et rapide d'augmenter son trafic	96
23 - Souder et fidéliser votre communauté grâce aux forums...	98
24 - Pinterest Organique : surfer sur la tendance marketing	100
25 - Forger votre réputation en créant votre média	102
26 - Diffuser votre propagande comme un milliardaire	104
27 - Utiliser les transferts de croissance	106
28 - Surprendre en envoyant des cartes postales	108
29 - Différenciez vous avec 1\$	110
30 - Utiliser des calls centers.....	112
31 - Utiliser votre voiture comme source de trafic	114
32 - Exploiter les hystériques	116
33 - Gagner 20 000 leads avec les salons	118
34 - Profiter des avantages fiscaux du sponsoring.....	120
35 - Toucher une plus large audience en public	122

36 - La stratégie de "Wall street".....	124
37 - Les méthodes dites "traditionnelles".....	126
38 - Les sites d'occasions	133
39 - Vendre en porte à porte	134
40 - Échangez vos produits Gratuitement	135
41 - Cold emailing	136
42 - La puissance méconnue des Kindles	137
Bonus #1 : Comment percer sur TikTok ?.....	138
Être rentable sur TikTok ADS	139
Bonus #2 : 10 sites internet utiles en marketing.....	141
Lexique	142
On s'appelle ?	143
Mes réseaux	144
Mes livres	149

L'avantage de récupérer l'adresse e-mail (ou le téléphone) est de pouvoir recontacter le client par la suite. On peut relancer ceux qui ont laissé leur e-mail sans finir leur commande ou même dans la suite, leur proposer d'autres offres.

Cela augmentera considérablement le nombre de ventes !

L'inconvénient d'une landing page est qu'on perd une part importante du trafic. Facilement, 70 % des gens ne laisseront pas les coordonnées et ne verront donc pas ce que vous avez à leur offrir...

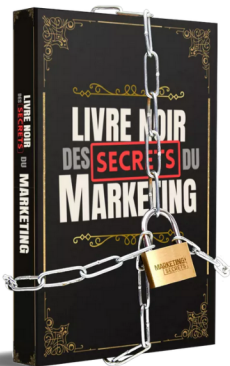
C'est pour cela que j'ai regroupé les bonnes pratiques pour optimiser une landing page :

- Offrir un "cadeau" gratuit en échange de l'adresse email. Par exemple, une vidéo gratuite, un e-book, etc. *"laissez votre email pour accéder à l'outil X qui permet de faire Y"*.

Voici une de mes Landing Page disponible sur mon site :

Le Livre Noir Des Secrets Du Marketing

"99 Secrets Du Marketing Qui Vont Changer Votre Business... Et Changer Votre Vie !"



Accès Gratuit !

Entrez votre meilleur e-mail en dessous et recevez une copie GRATUITE du nouveau livre, le "Livre Noir Des Secrets Du Marketing!"



Accéder Maintenant !



Je vais vous spammer d'opportunités, mais vous pouvez vous désinscrire.

PRIX NORMAL : 39.80€

Comment DeviensUnPro Est Passé De ZÉRO À Plus De 160 000 \$ De Ventes En Seulement 3 Ans ?
Obtenez Maintenant Votre **Copie Numérique GRATUITE** Du "Livre Noir Des Secrets Du Marketing!"

Comment prendre 70% du trafic de vos concurrents comme une sangsue légalement ?

Oui, c'est possible et **très rentable**.


L'idée consiste à devancer votre concurrent en **captant l'intention d'achat** de ses clients potentiels avant qu'ils ne se rendent chez lui.

En effet, lorsque ces clients rechercheront votre concurrent, ils seront redirigés vers votre comparatif où vous pourrez démontrer votre supériorité en leur offrant une meilleure offre.

Cela vous permettra de prendre l'avantage sur votre concurrent et de **gagner de nouveaux clients à moindre coût**.

Voici comment procéder :

1-Choisir un concurrent à écraser.

2-Avoir une meilleure offre que lui, ex : rapport Qualité/Prix 

3-Créer une page de vente sur votre site comparant son offre et la vôtre en utilisant un tableau avec des colonnes.

Exemple : MailFast, l'alternative mieux que MailChimp!

Prix : 27€ | 13€

Fonctionnalités : 3 | 14

Avis : 2 étoiles | 5 étoiles

4-Créer une campagne SEA sur cette page et positionnez votre mot-clé sur le nom de votre concurrent. Vous serez normalement le seul à vous positionner sur le mot-clé.
(Objectif de campagne : Vente + 100% en haut des résultats)

Ce qui fonctionne très bien est de vous positionner sur la requête "Avis + nom du concurrent " en adaptant votre page de comparatif (écraser le bien et dire que vous êtes mieux).

5-Laissez tourner en automatique sur un budget de 400€ étalé sur environ 10 jours. Vous serez en perte, l'histoire de **nourrir d'informations Google**.

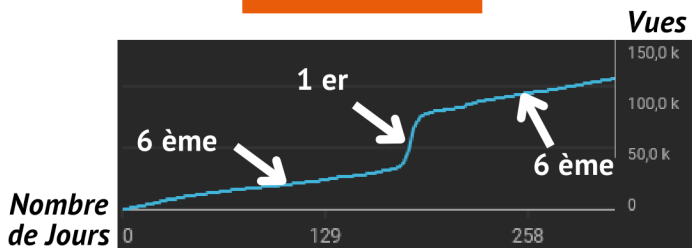
6-Arrivé au 10-ème jour, mettez votre objectif de ROAS à environ 250. Attendez 5 jours et **vous serez normalement en bénéfiques. (Il est possible de faire des x1000 si vous êtes malin)**.

7-Votre concurrent s'en mord les doigts !

3.PUB YOUTUBE

YouTube fait partie de Google, ce qui veut dire qu'en faisant de la pub sur votre vidéo, elle apparaît en première suggestion sur les moteurs de recherche.

Premier ou Rien !



Vidéo : CONSTRUIRE UNE CABANE EN PALETTE DANS LES ARBRES (et dormir dedans)

Sachez que la publicité YouTube est bien sous-estimée !

Maintenant, voici le secret pour forcément être rentable en publicité YouTube (cela fonctionne uniquement si vous développez une chaîne YouTube) :

Il s'agit de cibler vos publicités envers vos propres abonnés.

Cela marche terriblement bien ! Étant abonnés à vous, ils sont déjà intéressés par ce que vous proposez sur votre chaîne. Vous visez donc une audience qui a davantage confiance en vous.

Plus vos clients ont confiance en vous, plus ils achèteront.

De ce fait, ils seront plus susceptibles de passer à l'achat plutôt qu'avec un inconnu.

4.TWITTER



Pub sur Twitter :

Pour faire de la pub sur Twitter, vous pouvez sponsoriser un de vos tweets. Dans ce cas, il n'aura pas de ciblage particulier et tout le monde sera touché.

Le mieux est de créer une campagne publicitaire, vous pourrez alors mieux cibler les utilisateurs.

Avantage : faire un tweet sponsorisé prend moins d'une minute

Inconvénient : il est difficile d'être rentable sans ciblage.



Voici la technique de Jhon Cena pour avoir plein d'abonnées sur Twitter en quelques clics.



La technique consiste à suivre plusieurs comptes en rapport avec votre niche chaque jour.

Les gens vont recevoir une notification et ont des chances de s'abonner en retour.

Environ 10% des gens s'abonneront en retour.

Pour moi, il est **indispensable d'être présent sur Twitter**. Le retour sur investissement y est élevé. J'utilise "Tweetdeck" pour programmer mes tweets. J'en répartis la veille, 5 sur toute la journée du lendemain. Cherchez l'interaction : questions et avis.

Si vous loupez 1 ou 2 jours par manque d'inspiration, ce n'est pas grave, au contraire, il vaut mieux privilégier la qualité !

Voici un exemple de planning :

- **Lundi** : 5 Tweets
- **Mardi** : 1 Tweet + 1 Thread
- **Mercredi** : 5 Tweets
- **Jeudi** : 1 Tweet + 1 Thread
- **Vendredi** : 5 Tweets
- **Samedi** : 5 Tweets
- **Dimanche** : 5 Tweets + 1 vidéo astuce

Si le contenu n'est pas intéressant, twitter ne présentera pas votre tweet. Une manière de forcer la visibilité d'un tweet est de l'épingler dans votre profil (j'ai mis la publicité de ce livre héhé).

Ne bloquez surtout pas les gens (même les haters) ça ne ferait qu'empirer les choses. Éviter de répondre aux mauvais commentaires (cela les mettrait en avant).

Donner de la valeur : la plupart des gens sur twitter, n'apportent pas de valeur, ils font du bla-bla qui n'apporte rien... Ils tweetent pour tweeter...

"Si vous voulez de la vraie valeur, achetez mon offre..." **NON.**

C'est là que vous intervenez ! En apportant des actions concrètes qui amènent à des résultats instantanés, vous apportez de la valeur comparé aux autres. Les gens s'en souviendront et vous seront reconnaissants en **achetant chez vous**.

"S'il me donne cette astuce gratuitement, alors je n'imagine pas la valeur de son offre payante !" **OUI !**

Pour continuer d'augmenter votre influence et vos abonnés sur le réseau, les techniques du chapitre sur "Instagram Empire" sont compatibles (c'est la suite) !

Au moment où j'écris ces lignes, l'algorithme de Twitter est open source depuis quelques heures. **On sait MAINTENANT comment les tweets sont classés.** Je vous résume ces lignes de codes en 13 points clé :

1. **Le nombre de "likes"** est le metrics le plus important de l'algo. 30 fois plus important que les réponses sous tes tweets.
2. Vient ensuite **le nombre de RT**. 20x plus important que des réponses.
3. Vous postez quelque chose d'offensant ? **Votre tweet est mort.**
4. Plusieurs hashtags ? **Twitter vous déclassé** et vous n'apparaissez plus dans les résultats de recherche des hashtags. (Et puis hashtag = boomer)
5. **Si vous êtes vérifié, vos tweets sont boostés .**
6. **Image ou vidéo ?** Le tweet est boosté X2.
7. **Mentionner une tendance** (ex: chatGPT) = petit coup de pouce.
8. **Mentionner une actualité** = petit coup de pouce.
9. **Ratio follower/following.** Si vous follower beaucoup plus de comptes que votre nombre de followers = perte de visibilité.
10. **Tweet sans texte ?** Perte énorme de visibilité.
11. **Tweet avec seulement un URL ?** Perte énorme de visibilité.
12. **Tweet avec seulement un @ seulement ?** Perte énorme de visibilité.
13. **Tweet avec un lien sortant ?** Perte énorme de visibilité (à part, si c'est une news).

Voilà, c'était des informations un peu brutes mais terriblement efficaces.

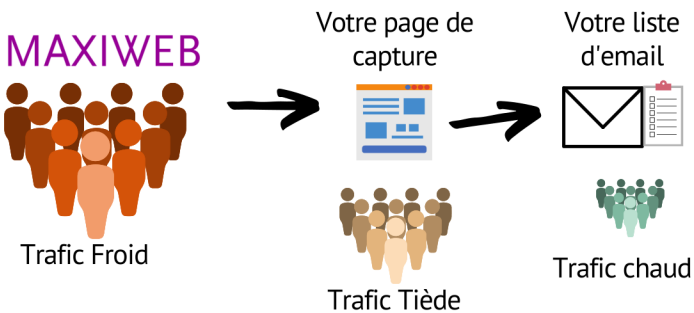
8.MAXIWEB



Maxiweb permet d'acheter des listes d'emails ciblés sur un sujet en particulier.

Exemple : vous vendez des voitures Renault, vous pouvez acheter une liste d'emails ciblés sur l'automobile.

Le ciblage permet d'obtenir un meilleur taux de clic.



- 1 - MaxiWeb **spam la France** de mail présentant votre landing page.
- 2 - Les Français intéressés se rendent sur votre page.
- 3 - Sur les Français intéressés, un petit pourcentage s'inscrivent à votre landing page. À chaque inscription, vous payez 2 €.

Cela peut paraître cher, mais pas si l'audience est ciblée.

Pratique si vous voulez booster vos ventes !

Encore faut-il utiliser les 16 Hacks



ATTENTION

Si vous voulez vous-même vendre une liste email, vérifiez bien le consentement de vos contacts (pour ne pas avoir affaire à la justice).

10.INFLUENCEUR



10.INFLUENCEUR

Le marché des influenceurs est en pleine croissance notamment en raison de son absence de régulation.

Un influenceur est un concept vague pour définir une personne qui dispose d'une audience importante. Cette audience peut être sur les réseaux sociaux, mais aussi sur un blog.

Les prestations sont variées :

- Article sponsorisé sur le blog
- Publication permanente sur le profil Instagram ou Facebook
- Publication temporaire retirée après un nombre d'heures définies sur le profil Instagram ou Snapchat
- Une vidéo dédiée sur la chaîne YouTube
- Un placement de produit dans un article, une photo ou une vidéo

Il n'existe pas de prix définis, les prix dépendent de l'audience, la niche, du type de prestation, de l'effort que va devoir faire l'influenceur (prendre une photo de lui avec le produit ou en faire une vidéo dédiée) et du fruit de votre négociation.

Après l'avantage d'être soi-même l'influenceur, c'est de ne pas avoir à dépenser un seul sou !

Les micro-influenceurs :

Cette catégorie regroupe les personnes qui ont une petite communauté. Les micro-influenceurs sont souvent appréciés pour leur proximité avec leur public. Ils sont donc plus accessibles vis-à-vis de leurs abonnés, mais aussi des marques. Créer un partenariat avec un micro-influenceur est donc plus facile et moins coûteux.

Mon conseil est de cibler des "micros influenceurs" avec moins de 10 000 abonnés. Parce qu'à partir de 10 000 abonnés, on devient très sollicité et les prix peuvent monter en flèche.

Pour savoir quel trafic a apporté un tel influenceur, vous pouvez soit créer une page dédiée ou tracker les liens avec un outil comme ClickMeter.

Comment trouver des influenceurs ?

Vous pouvez chercher manuellement sur Google, Facebook ou Instagram.

Il existe aussi des places de marché pour influenceurs comme :

- ShoutCart.com 
- RevFluence.com 

Un outil comme Influspy permet de trouver facilement des influenceurs sur Instagram & Snapchat de façon ciblée pour votre produit.



Utilisateur Instagram	Statut	Abonnés	Likes	Vues par stories	Prix	CPM	CA	ROAS	Bénéfice
Bob	Fait	28 000	1 000	6 000	7€	1,19	16,28€	2,33	9,28€
Zob	En cours	90 000	2 500	12 000	10€	?	50€	5	40€

Pour maximiser notre retour sur investissement et élaborer des stratégies de marketing d'influence efficaces, il est primordial de surveiller les performances de rentabilité de chaque influenceur dans un tableau.

Grâce à cette pratique, nous pouvons facilement suivre les budgets alloués à chaque campagne et déterminer si elles sont rentables.

De plus, en comparant le ROAS (Return On Ad Spend), qui mesure le chiffre d'affaires généré pour chaque euro investi dans la publicité, nous pouvons identifier les influenceurs les plus performants et ajuster leur budget en conséquence.

Par ailleurs, le CPM (Coût Par Mille vues) nous aide également à évaluer la rentabilité de nos campagnes.

Les tableaux Excel sont un outil pratique pour faciliter la communication avec les influenceurs, notamment en partageant les données de performance, en gérant les paiements et en organisant les collaborations à venir.

Ma technique pour faire des ROAS de 5 voire de 10 avec les influenceurs (testé et approuvé):

1-Trouver 100 influenceurs (30k-500k abonnés) dans ma niche.

2-Créer une vidéo personnalisée pour chaque compte et dire : "Tu dois faire une pub de mon produit contre 5€. Collaboration de long terme possible si tout se passe bien."

3-Il est probable que 80% ne me répondent pas du tout, 10% se moquent de moi et **heureusement 10% acceptent mon offre.** Cela marche parce qu'il y a forcément des gens qui ont besoin d'argent rapidement, qui sont endettés ou même qui ne connaissent tout simplement pas les prix du marché.

18. YOUTUBE EMPIRE



Développer une chaîne YouTube est une **porte d'entrée extrêmement puissante** pour votre écosystème. Vous pouvez découper vos vidéos longues en contenu court adapté aux différents autres réseaux comme Instagram ou TikTok.

YouTube est la seule plateforme à offrir le **potentiel viral** d'un réseau social, combiné à la **puissance long terme** d'un moteur de recherche.

Il est très facile de percer : recopier en Français les vidéos virales de vos concurrents anglais ou espagnols.

Pour optimiser sa chaîne, il faut en **priorité** :

- Garder le plus longtemps possible un spectateur devant ses vidéos.
- Identifier les formats qui plaisent à son audience, et répéter cette formule magique.
- Avoir un taux de clics par impression élevée. N'hésitez pas à changer en cours de route votre titre et votre miniature si votre taux est en dessous de 7% !

Vous devez avoir un plan d'action :

- Soit, vous **viser sur la viralité : viser le "buzz"**
- Soit, vous **viser le long terme : SEO**

Ce qui a le mieux fonctionné pour moi est de faire un mélange des deux méthodes. Ce qui est bien avec YouTube, c'est qu'une vidéo continue de faire des vues dans le temps.

Les vidéos longues de YouTube servent à **devenir riches.**

Les vidéos courtes de YouTube servent à **devenir célèbres.**

Une bonne manière d'être à l'aise à l'oral est d'improviser à voix haute durant une marche dans la forêt. Ce que je fais 20 minutes chaque jour.

Les gens préfèrent le style de l'improvisation (qui rend davantage humain) plutôt qu'une vidéo scripté comme un robot.

Garder toujours à l'esprit que l'objectif est de diriger votre audience **vers votre liste mail**, puis votre offre de vente.

Vous pouvez attirer les viewers à venir sur votre liste avec :

- Un e-book offert
- La suite de la vidéo
- Un coaching offert
- Un logiciel offert
- Une newsletter
- Une formation gratuite



Avec 8 000 abonnés, je tourne avec mon téléphone couplé d'un Rode Vidéo Micro et d'un GorrillaPod. (Budget : moins de 500€).

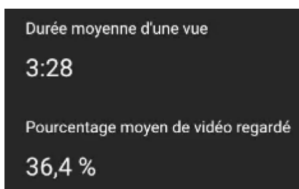
Il est crucial de guider vos spectateurs vers une autre de vos vidéos à la fin de chaque vidéo. Cela peut vous aider à augmenter l'engagement de votre public et à les encourager à explorer plus de contenu sur votre chaîne.

La compétence clé et complémentaire pour YouTube est le SEO !

C'est pareil que les requêtes Google :

- Optimisation du titre (60 caractères maximum)
- Les premiers 150 caractères de votre description doivent être optimisés SEO, pour le reste de votre description, diriger vers vos réseaux, votre liste mail...
- Inclure les termes recherchés par les utilisateurs de Google.

Comment savoir si votre vidéo va percer ?



Multiplier 3,28 par 36,4 = 120

Si le résultat est **supérieur à 100**, alors votre vidéo a de fortes chances de **percer**.

En revanche, si le résultat est en dessous de 100, alors le "WatchTime" n'est pas bon.

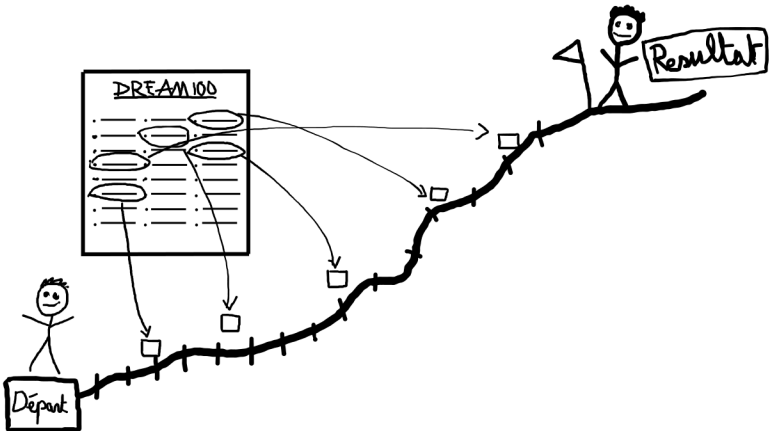
Le résultat est 200 voire 300 ? Vous avez tous gagné ! Bravo !

19. CHAÎNE YOUTUBE INTERVIEW



Lorsque vous démarrez votre émission, vous utilisez généralement les premiers épisodes pour raconter votre histoire d'origine, pourquoi vous avez créé l'émission et ce à quoi les gens doivent s'attendre. Ces premiers épisodes sont importants car il y aura des gens qui trouveront votre émission dans une semaine, d'autres dans un an, et d'autres ne la trouveront pas avant des années, mais quand ils le feront et quand ils deviendront accros, la plupart des gens iront reviens à l'épisode 1 et regardez pour rattraper ce qu'ils ont manqué. Même si ces premiers épisodes sont anciens, ils seront probablement un point de départ pour de nombreuses personnes qui tomberont amoureuses de votre contenu.

Après les premiers épisodes, il est temps de commencer à utiliser votre émission pour infiltrer votre Dream 100. C'est le secret pour obtenir un nouveau contenu incroyable pour votre émission, et cela vous donne également la possibilité de tirer parti de votre Dream 100 en tant qu'invités pour développer votre émission.



Pour développer votre émission, contactez votre Dream 100 pour voir si vous pouvez être invité à leur émission.

Pensez à la façon dont cela fonctionne à la télévision. Disons que TPMP veut amener beaucoup de gens à regarder leur émission.

Que font ils ? Ils essaient de trouver les invités les plus pertinents et les plus intéressants possibles pour participer à l'émission, n'est ce pas ? Mais ils ne s'arrêtent pas là. Toute la semaine précédant cette interview, ils font la promotion de leur invité sur tous les canaux de distribution auxquels ils ont accès. Vous verrez des publicités toute la semaine à l'interview en parlant de qui va être dans l'émission, et vous verrez des clips pendant les pauses publicitaires précédant l'émission, montrant les parties les plus drôles ou les plus intenses de l'interview. L'hôte tire parti de l'invité pour attirer plus de téléspectateurs. Il en sera de même pour votre spectacle.

Quelles sont les personnes de votre Dream 100 qui ont une histoire intéressante à raconter qui se rapporte à votre émission et qui ont un public de personnes auprès desquelles vous pouvez promouvoir leur épisode ?

Vous disposez d'une plate forme sur laquelle vous pouvez désormais exploiter pour attirer les gens dans votre émission, et ils disposent d'un réseau sur lequel vous pouvez annoncer leur épisode. **C'est un énorme gagnant gagnant.** Dans un monde parfait, ils feraient la promotion de leur épisode auprès de tous leurs abonnés lors de sa mise en ligne (et cela arrive parfois), mais même s'ils ne font pas la promotion, vous pouvez toujours acheter des publicités ciblant leur public sur Facebook, Instagram, YouTube , ou partout où ils sont suivis.

Maintenant, je sais ce que vous pensez probablement, c'est génial, Natan, pour les personnes qui ont déjà des relations avec leur Dream 100, mais qu'en est il de moi ? Je suis tout nouveau. Mon émission n'a presque pas d'abonnés, alors pourquoi l'un d'entre eux voudrait il me laisser l'interviewer ? La réalité est que beaucoup de gens à qui vous demandez diront non, et ce n'est pas grave, car vous n'avez pas besoin de tout le monde. Vous n'en avez besoin que d'un : un invité que vous pouvez ensuite utiliser pour obtenir les autres.

En règle générale, la plupart des marchés ont une atmosphère de club de « bons vieux garçons », et généralement une grande partie de votre Dream 100 sera dans un ou plusieurs clubs. Pour infiltrer et accéder à ce club, vous n'avez pas besoin d'avoir accès à tous ; vous avez juste besoin qu'un des enfants cool pense que vous êtes cool, et alors vous êtes dedans.

Il y a quelques années, j'ai reçu un appel téléphonique d'un type nommé Mickael qui venait de créer sa propre entreprise. Il savait que j'avais une liste d'abonnés (apparemment, j'étais sur sa liste Dream 100) et il voulait me demander si je ferais la promotion d'un produit qu'il était en train de créer. J'ai décidé que l'idée qu'il me proposait n'était pas la bonne, et je lui ai dit non.

J'ai supposé que ce serait la dernière fois que j'entendrais parler de lui, pensant que la plupart des gens sur son Dream 100 lui auraient probablement dit non aussi. Il n'avait pas de liste ou de plate forme; il vient d'avoir une idée et un peu d'agitation. Environ six mois plus tard, à l'improviste, j'ai commencé à recevoir des dizaines de courriels de certains des propriétaires de listes les plus respectés de notre industrie, tous faisant la promotion du nouveau produit de Mickael.

Intéressé par ce qui s'est passé, j'ai appelé Mickael et lui ai demandé comment il avait réussi à faire en sorte que tous ces énormes propriétaires de listes fassent la promotion pour lui.

Il a répondu: «J'ai fait une liste des personnes que je voulais faire partie de cette promotion, puis j'ai commencé à les appeler. La première personne m'a dit non et la deuxième personne a dit la même chose. J'ai continué à appeler et j'ai continué à recevoir des non. Quelque part dans cette liste, je t'ai appelé, et ta réponse était la même, mais j'étais déterminé à faire en sorte que ça marche, peu importe le prix, alors j'ai continué à appeler.

"Combien de personnes avez vous fini par appeler?"

J'ai demandé.

"Quarante neuf."

« Vous avez appelé quarante neuf personnes ?

« Non, j'ai eu quarante huit non, mais la quarante neuvième personne a dit oui ! Je savais qu'après avoir eu un oui, j'étais dedans. Je lui ai demandé s'il connaissait quelqu'un d'autre qui pourrait être intéressé, et il m'a donné trois noms. J'ai appelé chacun d'eux et ils ont tous dit oui. Je leur ai demandé des contacts, et ils ont tous dit oui aussi ! Au fur et à mesure que ma liste de oui s'allongeait, j'ai commencé à appeler des gens qui m'ont dit non et leur a montré les personnes qui étaient maintenant impliquées et qui avaient dit oui, et bon nombre des non que j'avais reçus plus tôt se sont transformés en oui. J'ai reçu quarante huit non d'affilée, puis les trente personnes suivantes ont toutes dit oui.

Cette promotion a fini par lui construire une liste de plus de 100 000 personnes en quelques mois seulement, et cette liste lui a généré plus de 800 000 \$ de ventes au cours de sa première année en ligne. C'est le pouvoir d'infiltrer votre Dream 100.

Donc, votre travail consiste maintenant à regarder votre Dream 100 et à commencer à leur demander d'être dans votre émission. Beaucoup diront non, mais ne laissez pas cela vous arrêter. Vous n'avez besoin que d'un oui. Comme vous avez la chance d'interviewer votre Dream 100 sur votre podcast, vous leur donnerez une plateforme pour laquelle ils vous seront reconnaissants.

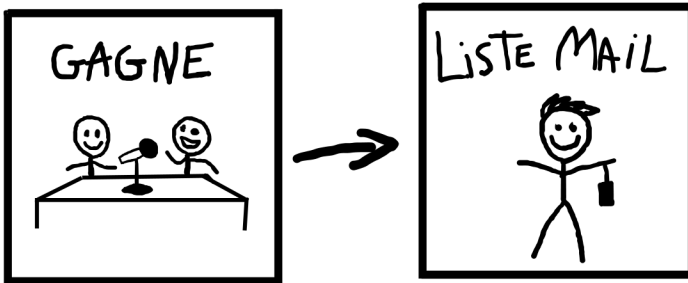
Vous pourrez passer du temps à construire une relation en les interviewant dans votre émission, et vous pourrez puiser dans leur public pour promouvoir leur épisode, construire votre émission et accéder à leur suiveurs.

Pour résumer :

Étape 1 : Durant les trois premiers épisodes de votre chaîne YouTube, vous racontez votre histoire d'origine, pourquoi vous avez créé l'émission et ce à quoi les gens doivent s'attendre. Vous créer votre propre interview.

Étape 2 : Vous tirerez parti de votre Dream 100 en les interviewant lors de votre émission. Cela vous donnera la possibilité de nouer des relations avec eux, de promouvoir leur épisode de votre émission auprès de leur public et d'avoir accès à leurs amis et abonnés.

Étape 3 : Même s'il s'agit de votre propre émission, vous louez du temps sur le réseau de quelqu'un d'autre (YouTube). Il est important que vous ne l'oubliez pas et que vous vous concentriez sur sa conversion en trafic que vous possédez c'est à dire votre liste email.



En saisissant l'opportunité d'interviewer des personnalités connues, vous pouvez attirer leur public et profiter de leur notoriété.

Si l'intervieweur a déjà une communauté, vous pouvez envisager une collaboration mutuelle pour atteindre un public encore plus large. Nous verrons cela plus en détail dans les chapitres suivants de ce livre.

Enfin, il est important d'accepter toutes les demandes d'interviews en retour sur les autres chaînes pour promouvoir votre produit et augmenter votre visibilité !

Postez du contenu gratuit tous les jours pour développer votre communauté. Assurez-vous que vos publications Instagram ont une portée maximale en utilisant des balises de localisation, en taguant des utilisateurs, en utilisant des hashtags et en intégrant des mots-clés SEO. Les hashtags sont particulièrement puissants pour augmenter la visibilité de votre contenu sur Instagram.

Programmez vos publications aux moments où vos abonnés sont les plus actifs, idéalement vers midi. Exploitez la puissance des formats de contenu d'Instagram tels que les Stories, Reels et IGTV.

En ce qui concerne la bio, placez un call to action dans votre story en première position et épinglez également vos meilleurs posts.

Utilisez les hashtags pour trouver des contenus qui fonctionnent bien et recréez-les pour votre compte.



La MÉTHODE accélérée pour PRENDRE 10, 25 ou encore 50 abonnés qualifiés PAR JOUR... (Sans aucune publicité payante)

Une chose qu'oublie 95% des entrepreneurs sur Instagram...

C'est le bouche-à-oreille, la publicité la plus ancienne du monde (et la plus efficace)

Lorsque vous créez un contenu... (une story, un post, un Reel...)

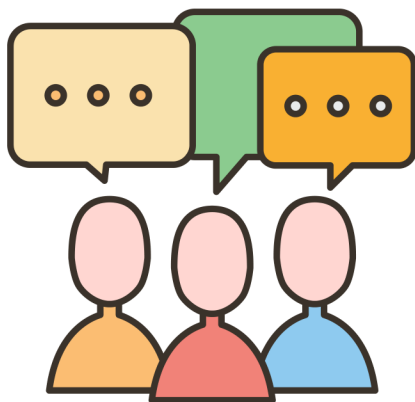
Intégrez un petit appel à l'action qui demande à l'audience de partager ce contenu à un ami qui pourrait être intéressé.

Cela vous paraît trop beau / facile pour être vrai ?

Essayez, et vous verrez que ce simple petit procédé pourra vous rapporter bien plus d'abonnés que vous ne le pensez...



23.POSSEDER UN FORUM



23. POSSEDER UN FORUM

Le bon vieux forum traditionnel répond toujours présent, quand il s'agit, pour une communauté, d'échanger, de s'informer ou de se soutenir, autour d'un thème en particulier.

Si votre forum fonctionne bien, il peut clairement devenir un vecteur de visites régulières pour votre site :

Vos visiteurs peuvent prendre l'habitude d'intervenir.

Les membres de votre site peuvent même se lier d'amitié entre eux.

Et lorsqu'une question ou un commentaire est publié, l'auteur sera amené à revenir sur votre forum en ligne, pour surveiller les réponses et les réactions.

Intégrer un forum à son site peut être un bon moyen de se rapprocher de ses visiteurs (adhérents, clients...), en créant un espace de questions/réponses, de commentaires et de débats, qui soient vivants, réciproques, et surtout humains.

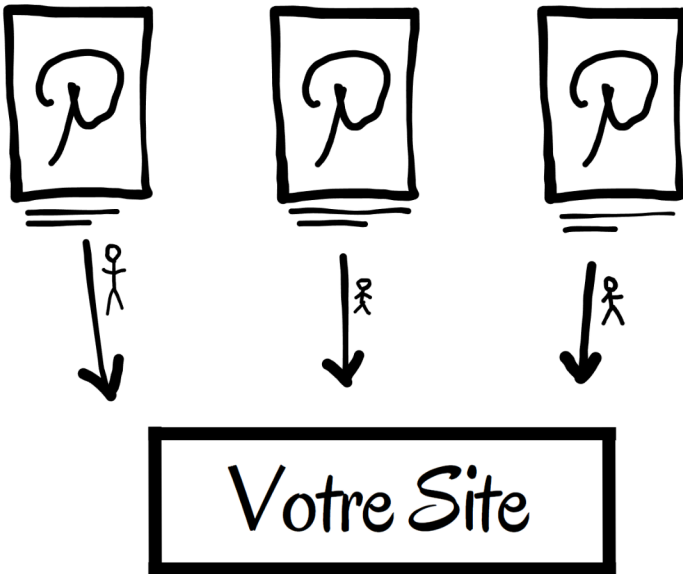
Enfin, les forums peuvent offrir des avantages SEO en créant du contenu frais et pertinent pour votre site. Les moteurs de recherche aiment les sites qui ajoutent régulièrement du contenu, donc en ayant un forum actif sur votre site, vous pouvez améliorer votre classement dans les résultats de recherche.

Vous pouvez également utiliser des applications comme Discord ou Telegram pour servir de forum.

- **L'inconvénient**, vous ne pourrez pas profiter du SEO.
- **L'avantage**, c'est plus ergonomique.

24.PINTEREST ORGANIC

Pinterest



24.PINTEREST ORGANIC

Pinterest a parcouru un long chemin depuis ses débuts en tant que réseau social populaire pour les mariages et les vêtements. Aujourd'hui, **il est devenu une tendance incontournable dans le monde du marketing des médias sociaux**. Cependant, certains propriétaires d'entreprises hésitent encore à l'utiliser.

Mais avec l'outil Tailwind, il est facile de planifier à l'avance vos publications sur Pinterest, mais également sur Facebook et Instagram.

Que vous souhaitiez partager des photos en rapport avec votre thématique ou des images de vos produits, Pinterest est une plateforme de découverte incroyablement puissante pour atteindre un public actif à la recherche d'idées et d'inspiration.

Les épingles sponsorisées peuvent également aider les marques à toucher un public plus large et à accroître leur visibilité sur la plateforme.

Les tableaux collaboratifs sont un autre excellent moyen pour les marques de travailler avec d'autres entreprises ou utilisateurs pour créer des collections de contenu, augmentant ainsi leur portée et leur engagement.

Avec les nouvelles fonctionnalités d'achat de Pinterest, les marques peuvent désormais créer des catalogues de produits et les rendre facilement disponibles à l'achat sur la plateforme.

La vidéo verticale (format portrait) est également une tendance croissante sur Pinterest, ce qui peut aider les marques à se démarquer et à attirer l'attention des utilisateurs.

Enfin, la création de tableaux thématiques peut aider les marques à établir une présence forte sur la plateforme, à se connecter avec leur public et à encourager l'engagement des utilisateurs. **N'oubliez pas de relier votre site internet à Pinterest et d'utiliser des mots-clés pertinents sur votre profil et vos photos pour maximiser votre visibilité !**

25. CRÉER SON MEDIA



Lorsque vous avez votre propre média, tout le monde prête attention à vous. Plus tôt, nous avons beaucoup parlé du Dream 100 et de la façon dont vous pouvez vous frayer un chemin.

Vous avez davantage de poids lorsque vous avez votre propre média ou votre propre plate-forme. À partir du moment où j'ai commencé à obtenir des milliers d'abonnés sur ma chaîne YouTube, quand j'appelais quelqu'un (même des millionnaires), ils prenaient l'appel parce qu'ils savaient que je pouvais leur fournir une audience qu'ils ne pourraient pas obtenir autrement.

Sans cette notoriété, il n'y aurait aucune chance de pouvoir être en relation avec des millionnaires.

Un média permet de forger la réputation et l'e-réputation d'une organisation.

Votre média est la véritable valeur que vous devez fournir à votre Dream 100. Elle a plus de valeur que l'argent, les cadeaux ou quoi que ce soit. Les Dream 100 veulent être exposés, et votre média peut leur fournir cela.

Comme le dit si bien Tugan Bara : "Ton réseau = ta thune"

Aussi cool qu'une personne que je pense être, je suis sûr que si je n'avais pas ma chaîne de plus de 1 million de vues au total, mes listes e-mail et mes autres réseaux, il aurait été très difficile de faire des interviews, ou que l'un de mes Dream 100 réponde mes appels, répondre à mes e-mails ou soit intéressé pour travailler avec moi.

Aucune de ces personnes n'avait besoin d'un autre ami. Ils avaient cependant besoin d'accéder à mon réseau, ce qui m'a donné la possibilité d'insister, de nouer des amitiés et de démarrer des partenariats. C'est la clé pour vous frayer un chemin.

26. COFINANCER DES MEDIAS



26. COFINANCER DES MEDIAS

Cofinancer des médias vous permettra d'avoir un certain droit dessus. Vous pourrez alors diffuser votre propagande afin d'influencer les personnes.

Ce n'est pas pour rien qu'une poignée de milliardaires possède tous les médias Français...

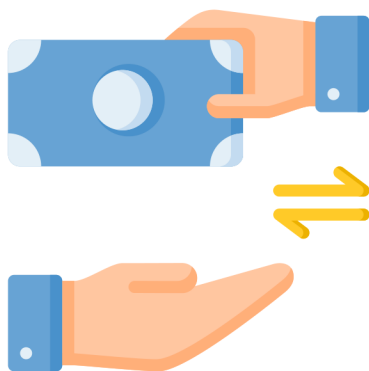


Prenons l'exemple d'Elon Musk. Quand il racheta Twitter, la plateforme était loin d'être un réseau rentable. Mais ce n'est pas important. Ce qui compte, c'est la valeur "long terme" et tous les bénéfices autres que l'argent immédiat.

Il pourrait très bien modifier l'algorithme de façon à influencer les gens dans une direction. Il pourrait très bien investir dans la crypto "Doge coin" et juste après, remplacer le logo de Twitter par celui du Doge coin afin d'encaisser des bénéfices...

Attendez, on me dit dans l'oreillette qu'il vient à l'instant de le faire !

27.PARTENARIAT MUTUEL



27.PARTENARIAT MUTUEL

Il existe des possibilités de partenariat avec d'autres entreprises qui peuvent se présenter sous différentes formes et être avantageuses pour les deux parties.

Il ne faut pas être concurrent direct ! Mais plutôt avoir un lien avec le partenaire. Par exemple : une marque de pneu de vélo et une autre marque de chambre à air.

Un exemple d'une collab efficace entre GoPro & Red bull. GoPro est complètement sur les sports extrêmes, Redbull également. L'audience de GoPro a été récupérée par Redbull et inversement. Donc ça a produit un transfert de croissance.



X



Il faut comprendre les besoins du partenaire, trouver un intérêt commun et leur vendre la vision. Ensuite s'arranger pour que les objectifs soient atteints et que tout le monde soit satisfait.

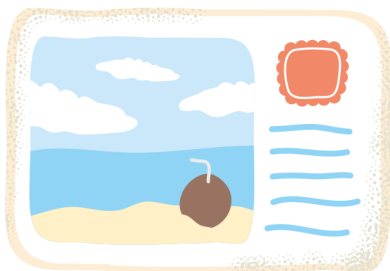
Il faut toujours suivre si le deal est intéressant ou pas, voir combien de clients cela a apporté et essayer d'améliorer la façon de procéder dans le partenariat en place.

Par exemple :

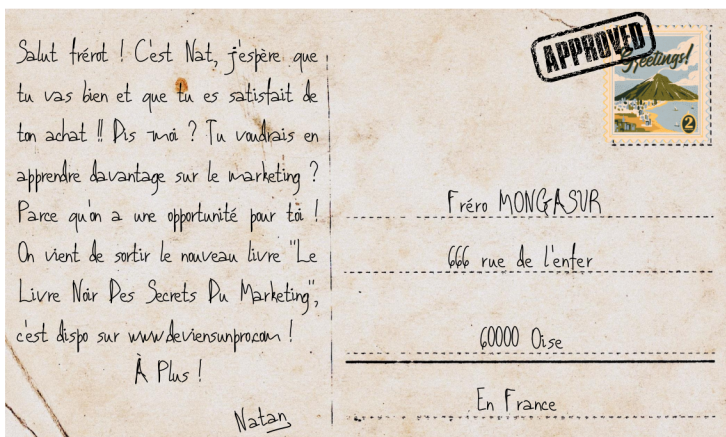
- Vous et votre partenaire pouvez promouvoir mutuellement vos offres auprès de vos communautés respectives (leads) en les envoyant par email.
- Vous rajoutez un échantillon gratuit du produit de votre partenaire dans votre offre et inversement.

Vous bénéficiez tous les deux d'un transfert de crédibilité et d'autorité. Cela permet d'augmenter la valeur perçue de votre offre !

28. ENVOYER DES CARTES POSTALES



28. ENVOYER DES CARTES POSTALES



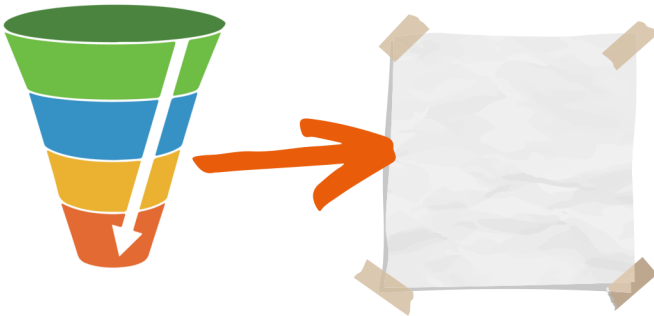
Oui, envoyer des cartes postales à vos leads ou même à des personnes au pif peut être un moyen de gagner davantage de clients !

Cela permet de créer une certaine confiance et peut surprendre vos clients ! (c'est une bonne chose.)

Confiance = Vente

Vos prospects s'attendent à recevoir une carte postale de leurs proches, et bien maintenant vous en faites partie !

29. ENVOYER SES TUNNELS DE VENTES EN PAPIER



29. ENVOYER SES TUNNELS DE VENTES EN PAPIER

Envoyer directement vos pages de ventes au format papier a vos leads.

Trouvez un moyen de vous différencier de la concurrence !

Par exemple, un marketeur aux Etats-Unis a agrafé un billet de 1 dollar sur sa page de vente au format papier pour attirer l'attention ! C'est malin !



Résultat :

- Le principe de réciprocité est activé donc achat en retour.
- Les clients en ont alors parlé à leurs proches.
- La nouvelle est passée à la TV et a fait beaucoup parler.
- Il a surpris tout le monde et a réussi son coup !

Grâce à cette méthode, vous évitez l'effet "Ho p*tain encore un !"

Explication : quand vos prospects ouvrent leur boîte aux lettres, ils sont bombardés de publicité. En vous différenciant du tas, vous allez attirer l'attention de vos prospects.

30.CALL CENTER



30.CALL CENTER

Vous savez ? Les gens insupportables qui vous démarchent au téléphone ? À chaque fois, je les insulte..

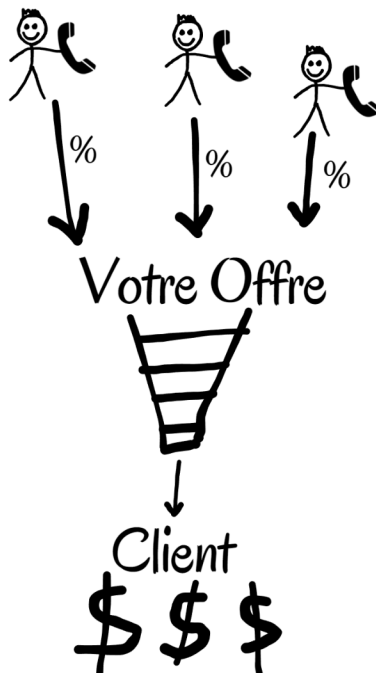
Mais dites vous une chose : s'ils vous appellent, c'est qu'il y a une raison : ça reste rentable ! Donc il faut garder cette possibilité à l'esprit afin d'avoir davantage de clients !

Où trouver des call centers ?

Contactez-les sur LinkedIn.

Envoyer vos scripts de ventes dans un call center et les "callers" vont vendre vos offres par téléphone. C'est une sorte d'affiliation. Quand un caller vend une de vos offres, il touche une commission sur la vente.

Après rien ne vous empêche de créer votre propre call center !



31.CAMION PUBLICITAIRE



31. CAMION PUBLICITAIRE

Utiliser un camion publicitaire est intéressant si dans votre entreprise il y a beaucoup de trajets au quotidien. Cela permet de rendre votre voiture qui est un passif en un actif.

Autrement dit, rendre votre voiture (qui vous fait perdre de l'argent avec les coûts de déplacement) en un investissement qui vous fait gagner de l'argent.

Vous pouvez également payer des conducteurs à utiliser un véhicule avec votre pub sous forme d'autocollant (en fonction des kilomètres).

Prix : environ 30€ / mois par conducteur.

Pour avoir une bien meilleure rentabilité, attirez l'attention notamment en utilisant l'hystérie (nous verrons cela dans le prochain point).



Large publique



Publique Niché



35.PUB DANS LES METROS & ECRAN PUBLIC



Saul Goodman est un personnage de la série télévisée "Breaking Bad" et de son spin-off "Better Call Saul". Dans l'un des épisodes de "Better Call Saul", Saul utilise un panneau publicitaire pour faire de la publicité pour son cabinet d'avocats.

Saul a acheté un emplacement publicitaire sur un panneau d'affichage, mais son visage a été recouvert par celui d'un concurrent. Au lieu de se laisser abattre, Saul a eu une idée astucieuse : il a loué un autre panneau publicitaire en face de celui où son concurrent avait placé sa publicité, puis il a engagé des jeunes pour écrire un message court mais accrocheur sur le panneau loué.

Le message disait simplement :

"ÉLIMINEZ VOTRE CONCURRENT ! APPELEZ SAUL NOW !" avec le numéro de téléphone de son cabinet. Les passants ont été intrigués par le message et ont commencé à appeler Saul pour en savoir plus sur ses services.

Cette stratégie publicitaire a fonctionné au-delà des espérances de Saul, car les appels ont commencé à affluer et il a vu une augmentation significative de sa clientèle. Cette scène illustre comment la publicité sur les écrans publics peut être utilisée de manière créative et ingénieuse pour atteindre un public cible et augmenter les ventes.

Sauf qu'ici, on ne peut pas toucher :

- Au Vatican ou à la religion en général,
- Faire de la femme une simple marchandise,
- Où encore braquer les agriculteurs sur la question des OGM,

Donc les publicités pour faire réagir les hystériques, on oublie...

Domage !

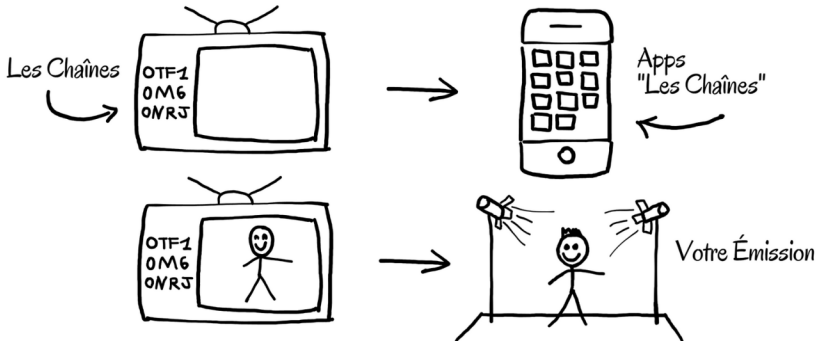
37.MEDIA TRADITIONNEL



Si vous regardez la télévision en 1965, je pense que c'est le nouveau téléphone portable.

YouTube, Instagram, Facebook et Snapchat sont TF1, M6 et NRJ12...

Donc, ce que vous devez faire pour votre entreprise, c'est déterminer les canaux où vous pourriez en être la vedette.



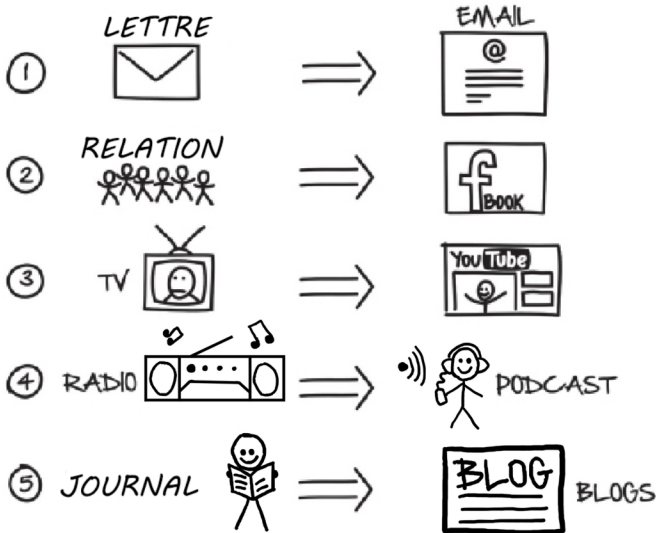
Trouvez la « chaîne » où vous pouvez être la star, puis construisez votre émission là bas.

Aussi puissante que soit cette déclaration, la chose la plus importante à comprendre est qu'aujourd'hui, vous n'avez pas à convaincre une chaîne de TV que vous devriez avoir votre propre émission. Au lieu de cela, vous pouvez cliquer sur quelques boutons et rapidement. Vous pouvez avoir votre propre émission sur toutes les principales applications.

En ce moment, TF1, M6 et Njr12 sur les téléphones des gens :

- Podcasts (radio)
- YouTube (studio, émission)
- Instagram (télé réalité)
- Blogues (journaux)

VIEUX MÉDIA VS RÉCENT MÉDIA



Toutes les formes de communication précédentes ont des applications modernes.

D'autres applications/chaînes apparaîtront, mais pour le moment, la majorité des globes oculaires se concentrent sur ces applications. Elles vous donnent chacune la possibilité de créer votre propre émission gratuitement.

Mais avoir sa propre émission sur les réseaux est-il la même chose qu'avoir sa propre liste mail ?

Je dirais que la réponse est "En quelque sorte". Avec votre propre liste, vous possédez le trafic. Mais avec votre propre émission, vous louez de l'espace et essayez de gagner des globes oculaires sur le réseau de quelqu'un d'autre. Si Facebook décide qu'ils n'aiment pas votre émission pour une raison quelconque (et ils sont connus pour le faire), ils peuvent annuler votre émission ou votre compte sans avertissement. Il en va de même pour les podcasts, Instagram et YouTube.

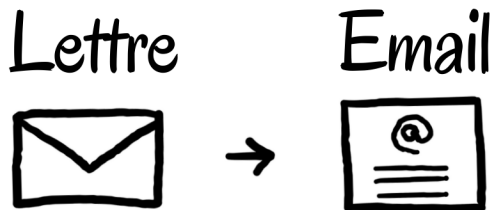
Maintenant, imaginez si un animateur TV comprenait les principes que vous avez appris. Et si, lors de chaque épisode de son émission, il avait dit à ses téléspectateurs d'aller dans sa landing page et de s'inscrire pour obtenir gratuitement ses 100 meilleures blagues préférées. Dans ce cas, il aurait pu constituer une liste de millions d'abonnés aux frais du réseau. Et lorsque l'émission aurait été annulée, il aurait toujours eu une plate forme car il aurait toujours eu sa liste. Il aurait pu passer à une nouvelle chaîne, lancer un podcast ou un blog, envoyer un e-mail à ses abonnés et les guider vers sa nouvelle plateforme.

Jusqu'à ce que vous possédiez le trafic, vous êtes toujours laissé aux caprices du réseau. Ainsi, même lorsque vous démarrez votre propre émission, rappelez vous que l'objectif est toujours de transformer le trafic que vous gagnez en trafic que vous possédez.

VOTRE CANAL DE DISTRIBUTION PRINCIPAL : LE COURRIEL

La clé du succès de votre émission est le nombre de personnes que vous pouvez amener à consommer réellement ce que vous créez. Vous pouvez peut être compter sur chaque plate forme pour vous promouvoir gratuitement, mais je n'aime jamais inclure cela dans mes plans marketing.

Parfois, nous créerons une vidéo qui deviendra viral et nous obtiendrons des millions de vues gratuitement. Mais ce n'est pas quelque chose sur quoi nous misons. Au lieu de cela, nous devons nous demander : "Après la diffusion de ma nouvelle vidéo, comment puis je amener les gens à en consommer dès que possible ?" La meilleure façon d'y parvenir est de tirer parti de la liste que vous avez déjà créée.



Nous dépensons tous nos efforts pour convertir tout le trafic que nous contrôlons et le trafic que nous gagnons en trafic que nous possédons (notre propre liste). **Car lorsque nous avons notre propre liste, nous contrôlons notre propre destin.** J'ai eu des amis qui comptaient à 100 % sur Facebook ou les algorithmes de YouTube pour promouvoir leurs vidéos. Beaucoup ont eu la chance d'avoir une portée incroyable, beaucoup d'entre eux obtenant des dizaines de millions de vues pour chaque vidéo qu'ils publieraient.

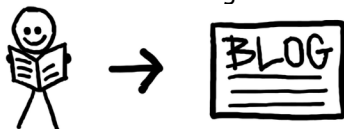
Malheureusement, les algorithmes de chaque plate forme ont changé (comme ils le font toujours), et bon nombre de ces mêmes personnes ont maintenant du mal à obtenir quelques centaines de vues. Pour cette raison, je considère toujours le trafic viral gratuit comme la sauce en plus de ce qui pourrait arriver si je fais la promotion de la vidéo au mieux de mes capacités, et je me fixe avant tout comme objectif numéro un de promouvoir chaque épisode que je publie.

VOTRE CANAL PRINCIPAL : TEXTE, VIDÉO OU L'AUDIO

La prochaine question logique que vous vous posez peut être est : « Sur quelle chaîne dois je créer mon émission ? » Ma réponse serait: "Cela dépend de vous." Pour commencer, vous ne devriez pas essayer de créer une émission sur chaque réseau. Faire cela nuira à votre capacité à grandir.

Pour l'instant, la clé est de se concentrer sur un seul canal. Plus tard, vous pourrez tirer parti de votre émission principale pour obtenir une distribution sur tous les canaux. Pour l'instant, vous devez **vous concentrer sur seulement ces deux canaux : votre canal de distribution principal (e mail) et votre canal principal.**

La chaîne sur laquelle vous devriez développer votre émission principale dépend de vous, de votre personnalité et de vos talents. Pour ceux d'entre vous qui aiment écrire, je me concentrerais sur la création d'un blog.

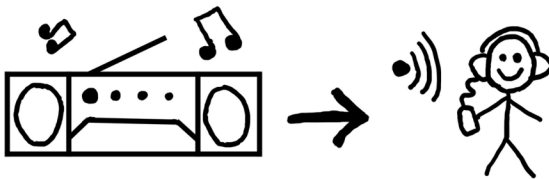


Si vous détestez écrire, mais que vous aimez l'idée d'être en vidéo, alors je vous recommande de construire votre émission sur l'un des canaux vidéo.



Les applications modernes de la télé réalité sont respectivement YouTube, Facebook et Instagram.

Pour ceux qui ont une voix pour la radio ou qui peuvent être un peu nerveux à l'idée d'être devant la caméra, je vous recommande de lancer votre propre podcast.

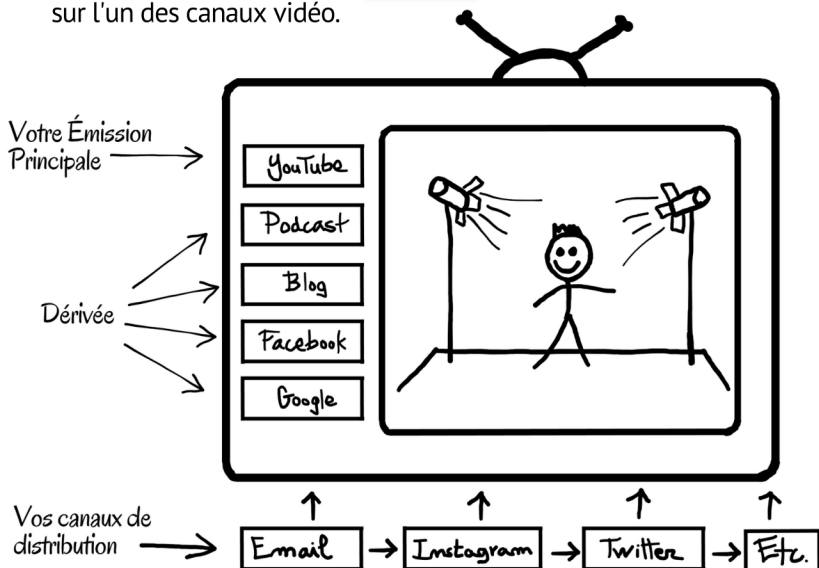


Si vous ne savez toujours pas sur quelle plateforme vous souhaitez créer votre émission, je vous recommande de regarder sur quelle plateforme vous consommez le plus de contenu. En règle générale, si vous aimez YouTube et passez beaucoup de temps à regarder des vidéos, vous aurez le meilleur succès en créant des vidéos pour cette plate forme, car vous la comprenez.

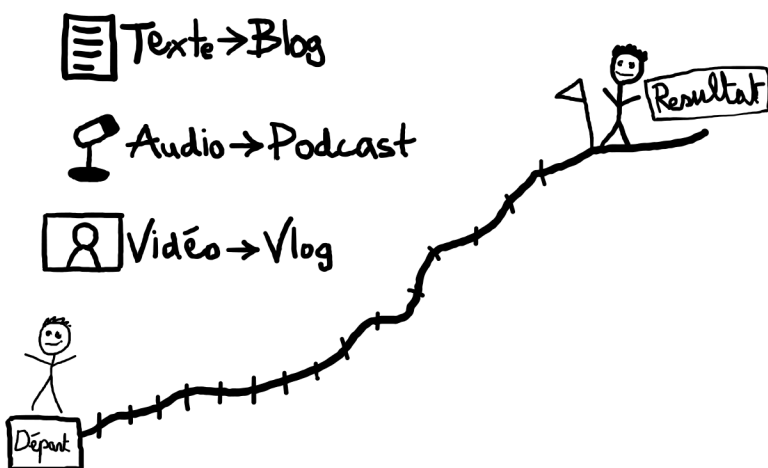
Si vous écoutez beaucoup de podcasts, c'est probablement le meilleur endroit pour commencer. De même, si vous lisez beaucoup de blogs, c'est probablement le meilleur endroit pour commencer.

N'oubliez pas que pour l'instant, vous ne devriez créer qu'une seule émission sur une seule chaîne. N'essayez pas d'en construire plus d'un à ce stade. Concentrez tous vos efforts sur la réussite de votre premier réseaux.

Si vous détestez écrire, mais que vous aimez l'idée d'être en vidéo, alors je vous recommande de construire votre émission sur l'un des canaux vidéo.



Une fois que vous avez votre émission principale, vous utiliserez vos canaux de distribution tels que les e mails, Instagram et les "swipe ups" pour informer votre public qu'il y a de nouveaux épisodes.



40.ÉCHANGEZ VOS PRODUITS GRATUITEMENT

La négociation ce n'est pas vouloir tout sans rien donner en retour car cela créer une frustration chez la personne avec qui vous négocier.

Mais c'est une approche où l'on doit savoir ce que l'autre parti veut retirer de cette négociation.

C'est comme dans le marketing, essayer de trop profiter du client et il ne reviendra pas.

Maintenant essayer de trop donner de valeur au client et il reviendra mais cette fois, avec ses copains.

L'idée est que dans une négociation, il n'y a pas que la carte financière qui rentre en jeu, il y a pleins d'autres leviers que vous pouvez faire jouer.

Par exemple, la notoriété, les contacts, la visibilité, le savoir.

Vous pouvez céder sur quelque chose qui ne vous coûte rien. Une dédicace ?

Autrement dit, on n'est pas obligé d'aller au confit sur 1 critère de négociation.

On peut avoir plusieurs critères et choisir ceux qui ont le plus de valeurs pour nous afin de les garder.

Et les critères qui ont le plus de valeur en face afin de donner le maximum.

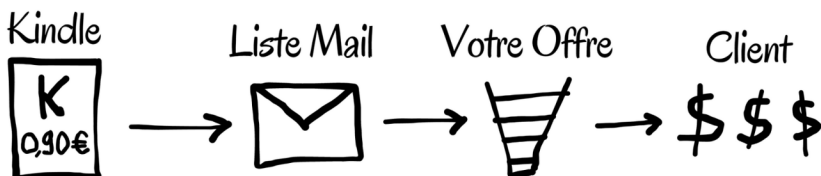
Exemple concret :

Envoyer gratuitement un exemplaire papier de mon livre à mon dream 100 et espérer avoir en retour une pub sur leurs réseaux.

Même si seulement 10 % la font, cela peut être intéressant !

42.ÉCRIRE DES EBOOKS KINDLE SUR AMAZON POUR ATTIRER DES CLIENTS

Le principe est simple. Créez un petit ebook à 0,90€ sur un sujet qui gravite autour de votre offre principale. Pourquoi 0,90€ ? Parce que votre ebook servira de lead magnet. Vous devez en distribuer le plus possible. À 0,90€ l'ebook, il se vendra comme des petits pains. Pas besoin de créer un ebook de 100 pages... 10 pages suffiront ou même 4.



Dans cette ebook, débrouillez vous pour emmener vos lecteurs vers votre liste email. C'est l'objectif. Maintenant que vous possédez le trafic, emmenez les prospects vers votre offre et le tour est joué. Voici quelques conseils importants :

- **Ayez une couverture incroyable** (copier toutes les couvertures de vos concurrents étrangers).
- **Utilisez les mots clés recherchés dans votre titre.**
- **Utilisez le copywriting pour rédiger la description.**

Quand un ebook se démarque, alors créez des copies et postez les sur d'autres plateformes comme :



Pour en savoir davantage, j'ai créé une formation offerte d'une heure sur la création de livre. Cette vidéo est disponible sur ma chaîne YouTube.

BONUS : TIK TOK

Le meilleur pour la fin : TikTok (c'est la folie) !

Si vous maîtrisez les codes de TikTok, vous pourrez alors facilement percer et faire exploser vos ventes ! Et ça sans même dépenser 1 centime.

Créez une chaîne Tiktok organique et postez des vidéos virales autour de votre produit ou entreprise.

Pour la publicité TikTok (TikTok ads) vous pouvez créer vos publicités sur Canva, il y a une section dédiée.

Remarque : créez vos vidéos sur Canva ou sur un logiciel de montage vidéo à part pour ne pas avoir le filigrane "tiktok" sur vos vidéos. Vous pourrez alors exporter votre vidéo sur tous les autres réseaux ! Instagram, YouTube Short, etc.

S'il y a le filigrane de TikTok, vous pouvez être sûr que votre vidéo sera "shadowban" (un bannissement caché) et ne percera pas sur les autres plateformes.

Heureusement, si vous créez vos vidéos directement sur TikTok, il existe quand même un moyen de télécharger votre vidéo sans le filigrane. Mais cela vous fera perdre du temps en cherchant un peu sur le web.

Voici 3 techniques pour percer :

1 - Publier tous les jours.

2 - Repérer les catégories qui marchent & structurer correctement votre vidéo.

3 - Exploiter les sujets captivants ex : amour, sexe, relation, argent, luxe, statut social, beauté, sécurité, confort...

LEXIQUE

Lead : une personne qui vous a laissé son email et que vous pouvez contacter (automatiquement ou pas) pour le "convertir".

Landing page/Page de capture : page web dont la seule mission est que le visiteur laisse son adresse email. Pour cela, on peut donner un produit gratuit qu'on obtient en laissant son adresse email. Ex : PDF, ebook, vidéos...

Funnel/Tunnel : Un tunnel est un enchaînement de pages. Chaque page est une étape qui doit amener le visiteur à faire une action (laisser son email, acheter un produit, rajouter un article à sa commande).

Dropshipping : stratégie d'e-commerce consistant à acheter directement auprès du fournisseur (chinois) le produit qu'une personne vient d'acheter sur votre site. Ce faisant, vous n'avez pas de stock.

One Time Offer : offre secondaire et unique qui est généralement proposée au client une fois qu'il a acheté un premier produit.

Bump : désigne une offre supplémentaire qu'on propose juste avant de valider le paiement (en fonction des plateformes, on peut aussi appeler cela un upsell).

Upsell : le fait de rajouter un produit dans l'offre. Avant ou après le paiement du produit principal.

Break Event : le fait, pour une société d'être rentable et de rentrer dans ses frais (pas de perte ni de bénéfices).

Cost of Acquisition per Customer (CAC) : coût d'acquisition d'un client. Combien ça coûte d'acquérir un client ?

