



Les Secrets Des Partenariats

Les Secrets des Partenariats

**Découvrez Comment
Développer Des
Partenariats Profitables
et Durables !**

Bizness  Machine

Sommaire

Introduction	3
PARTIE 1 Introduction au partenariat	5
Partenariat et marketing Internet	6
Comment fonctionne un partenariat ?	7
Les différents types de partenariats	8
Les avantages du partenariat pour quelqu'un qui débute	9
PARTIE 2 Une méthode en 4 étapes	11
Avant de commencer	12
Étape 1 : tester votre marché.....	14
Étape 2 : créer de bons outils de promotion pour vos partenaires.....	16
Étape 3 : trouver vos partenaires potentiels	18
Étape 4 : créer une offre attrayante que vos partenaires ne pourront pas refuser	25
PARTIE 3 Contacter vos partenaires	29
Les différentes méthodes afin d'entrer en contact avec vos partenaires	29
Réussir son email	33
PARTIE 4 Erreurs : conseils & astuces	38
Les erreurs à ne pas commettre	39
7 méthodes pour que votre offre soit la plus rentable possible	43
4 secrets à découvrir liés au partenariat	49
Conclusion	52

Introduction

Êtes-vous fatigué d'être victime des arnaques ?

Tout le monde dit qu'il est facile de gagner de l'argent sur Internet, mais est-ce le cas pour vous ? Lorsque j'ai débuté, j'étais très loin des chiffres que pouvaient annoncer les vendeurs sur leurs pages de vente.

Cependant, il existe une opportunité que vous n'avez pas laissée passer en décidant d'acheter cet ebook et cela représente déjà le premier pas vers un succès prochain.

Plus de profits et moins d'efforts

Une des meilleures méthodes afin d'approcher vos clients potentiels à partir de votre produit (qui doit répondre parfaitement à leurs besoins) sans avoir besoin de faire autre chose que d'avoir un bon produit, c'est en mettant en place des partenariats avec d'autres vendeurs de votre marché.

Le partenariat est certainement la méthode de promotion la moins risquée puisque c'est votre partenaire qui s'occupe de toute la partie marketing en échange d'un pourcentage sur le prix de vente. Vous avez seulement besoin de le payer lorsqu'une vente est réalisée.

Le partenariat fonctionne comme n'importe quel autre programme d'affiliation sauf qu'avec un programme d'affiliation classique environ 10 à 15 % de vos affiliés réaliseront des ventes. Ce faible pourcentage d'affiliés peut représenter jusqu'à 90 % de vos ventes. Le reste de vos affiliés réaliseront de temps à autre des ventes et certains n'en feront jamais.

Donc logiquement afin d'améliorer la qualité de votre programme d'affiliation, vous avez besoin de « super affiliés ». Lorsque j'utilise le terme « super affilié », je fais référence à des partenaires qui ont assez d'expérience sur Internet pour générer du trafic ciblé sur votre site et ainsi obtenir des ventes.

Ces super affiliés peuvent se définir par 3 caractéristiques différentes :

- Une personne qui a une liste d'abonnés très importante et qui peut générer de nombreuses ventes très rapidement.
- Une personne qui a un site avec un trafic mensuel important et qui cible vos clients potentiels.

- Une personne qui est considérée comme un expert et en laquelle vos clients potentiels ont confiance.

La clé pour plus de profits et de réussite est de trouver et approcher ce type de personnes pour vous aider à vendre vos produits et services.

C'est tout l'objet de cet ebook, alors ne perdons plus une minute...

PARTIE 1

Introduction au partenariat

Partenariat et marketing Internet

Un partenariat en marketing Internet peut être défini comme étant « une coopération mutuelle bénéfique entre deux propriétaires de sites Web ».

On peut constater que les partenariats dans le marketing Internet sont conclus entre une personne qui a créé un nouveau produit ou un service novateur, mais qui n'a pas de connaissances en marketing afin de promouvoir son produit ou qui n'a pas de listes d'abonnés, et une personne plus expérimentée qui a une bonne crédibilité et de nombreux abonnés.

C'est une situation « gagnant-gagnant » pour les deux parties de ce partenariat :

- Le créateur du nouveau produit ou service peut ainsi atteindre des clients potentiels, qui lui étaient hors de portée.
- La personne expérimentée peut proposer un produit de qualité à ses abonnés ou à ses visiteurs sans devoir passer des centaines d'heures pour le créer.

Ces deux personnes pourront gagner de l'argent ce qui serait impossible si elles ne s'étaient pas rencontrées... et c'est là, toute la puissance des partenariats.

Ce concept n'est pas nouveau et il existait d'ailleurs bien avant l'apparition d'Internet, mais avec les nouvelles technologies, tout le monde peut s'associer avec des personnes qui peuvent habiter à l'autre bout de la planète sans aucun problème, ce qui offre des possibilités presque infinies.

Pour le débutant, le partenariat est la méthode la plus rapide afin de commencer à réaliser des bénéfices. Il existe d'autres méthodes comme le PPC (Google Adwords), mais cela peut s'avérer plus coûteux et parfois bien moins efficace surtout si vous ne maîtrisez pas trop l'outil.

En mettant en place un partenariat avec une personne respectée et qui a de l'influence sur le marché, le débutant peut voir son produit ou son service proposé à des milliers de clients potentiels sans dépenser un centime en promotion et de manière très rapide en plus.

En général, on peut gagner de l'argent dès les premières heures du lancement de votre produit, ce qui n'est pas évident à faire lorsqu'on débute.

Comment fonctionne un partenariat ?

En général, les différents experts d'un même marché essayent de mettre en place des partenariats... même ceux qui sont en concurrence directe les uns aux autres.

Pourquoi des concurrents essayent-ils de mettre en place des partenariats ?

La réponse est simple : les partenariats permettent de développer son business assez facilement et tout le monde peut en tirer des profits.

Il faut bien comprendre qu'un vendeur ne va pas s'associer avec l'un de ses concurrents afin de l'aider personnellement. Non. Mais il souhaitera mettre en place un partenariat plutôt pour s'aider lui-même.

À première vue, l'accord d'un partenariat paraît un peu intimidant, mais en fait c'est assez simple. Un partenariat permet de rapprocher les clients, les produits, les services, les connaissances, les compétences d'un vendeur avec un autre (en général, un partenariat concerne deux personnes, mais il peut y en avoir plus).

Par exemple, une personne développe ou acquiert les droits sur un produit ou un service qui sera bénéfique à sa propre liste de clients. Elle pourrait vendre ce produit ou ce service uniquement à sa propre liste et gagner ainsi un peu d'argent. Cependant, en concluant un partenariat avec d'autres vendeurs ayant des listes de clients potentiels intéressés par le même produit ou service, elle pourrait encore multiplier ses ventes.

Les propriétaires d'autres sites Web, en saisissant l'occasion de recommander le produit à leurs propres listes, gagnent à leur tour de l'argent qu'ils ne gagneraient pas autrement.

Au final, tout le monde est gagnant.

Les différents types de partenariats

Si on devait résumer, un partenariat est un accord entre deux ou plusieurs individus ou entreprises contribuant à un effort conjoint sur un même projet. Ils partagent les dépenses associées au projet (dans certains cas), mais aussi les profits réalisés. Les partenariats sont relativement courants aussi bien entre les entreprises traditionnelles que virtuelles (cela commence à se développer sur le marché francophone).

On peut rencontrer deux types de partenariats qui sont, dans les deux cas, rentables.

- Le premier type de partenariats permet à toutes les personnes d'avoir accès aux parties privées de l'entreprise telles que le panneau d'administration, la comptabilité, les statistiques... Le produit ou le service qui fait l'objet de l'accord est généralement conçu par les différentes parties du partenariat. Par conséquent, la propriété du produit ou du service est détenue conjointement.
- Le second type de partenariats est celui qu'on rencontre le plus souvent dans le domaine du marketing Internet. Dans celui-ci, il n'y a pas d'administration, de comptabilité ou de statistiques communes. Chaque entité reste distincte. Généralement, une personne ou une entreprise a développé un produit ou un service, mais n'a pas une base de clients potentiels pour son produit. Elle va donc essayer de s'approcher de certaines personnes qui possèdent des listes ou une base d'acheteurs pouvant être intéressées par son produit. Ces deux personnes établissent alors un partenariat et répartissent les revenus de manière égale (en général, c'est du 50 %), mais pas forcément, puisque le vendeur peut reverser bien plus et jusqu'à 100 % des revenus, mais je reviendrai sur ce point.

La mise en place d'un partenariat est rentable pour toutes les parties, car :

- D'un côté la personne à un coût en promotion minime, voire inexistant.
- De l'autre côté, la personne n'est pas obligée de créer un produit pour gagner de l'argent

Le partenariat est un vieux concept qui a pris une cure de jouvence via le marketing Internet.

Les avantages du partenariat pour quelqu'un qui débute

Il y a tant d'avantages à mettre en place un partenariat pour une personne qui décide de se lancer sur Internet. D'ailleurs, sur Internet, ce n'est pas ce que vous connaissez, mais QUI vous connaissez qui est le plus important !

En effet, vous pouvez avoir le meilleur produit du marché, mais si vous n'arrivez pas à faire venir les personnes sur votre site, vous ne le vendrez pas.

À l'inverse, même avec un produit moins bon, si vous connaissez quelques experts de votre marché, ils pourront vous aider :

- À améliorer la qualité de votre produit en vous donnant quelques conseils.
- À obtenir des visiteurs sur votre site afin de générer des ventes dès la mise en ligne de votre produit.

Ces personnes ont passé des années à bâtir leurs listes de clients et, en plus, elles connaissent parfaitement leurs besoins.

Celui qui débute a besoin d'avoir accès à ces listes afin de percer dans son marché et la mise en place de partenariats est un moyen d'y arriver facilement et rapidement.

Voici 5 avantages, pour un débutant, de lancer un partenariat avec une personne expérimentée de son marché.

1. L'accès à une base de clients potentiels très ciblée, qui serait autrement inaccessible. En effet, les personnes qui sont sur le marché depuis quelques années essaient d'attirer le maximum de clients potentiels dans leurs listes afin de les fidéliser, ce qui leur permet, par la suite, de gagner de l'argent en proposant leurs produits ou celui des autres.
2. La possibilité d'établir une bonne relation de travail avec un expert qui pourrait se transformer en un accord profitable à long terme pour les deux parties.
3. Vous associer avec un expert peut contribuer à établir votre crédibilité et votre image de marque sur le marché et à vous ouvrir de nombreuses portes.

Pour faire simple, la crédibilité de vos partenaires vous sera transmise tout simplement par association.

4. Un partenariat peut vous aider à construire votre propre liste, ce qui est l'épine dorsale d'un business sur Internet. Cette étape peut prendre des mois voire des années autrement, mais en établissant de bons partenariats vous pouvez réduire ce temps
5. Votre produit aura une visibilité beaucoup plus importante que si vous étiez le seul à le promouvoir. La conséquence, c'est que vous gagnez plus d'argent, votre crédibilité augmente, ce qui vous permettra d'avoir accès à de nouvelles opportunités.

Je pense qu'on peut conclure que le partenariat est le meilleur moyen et certainement le plus rapide pour une personne qui débute de voir décoller son business.

Surtout, une fois que vous aurez acquis une bonne expérience, vous pourrez vous retrouver de l'autre côté de la barrière, c'est-à-dire venir en aide à quelqu'un d'autre en acceptant son offre de partenariat.

PARTIE 2

Une méthode en 4 étapes

Avant de commencer

Cibler le partenaire idéal

Avant même d'essayer de mettre en place un partenariat, vous devez avoir une idée claire du partenaire idéal. Vous avez besoin de savoir quelles sont les personnes qui vendent le même type de produits que vous.

Pour cela, vous devez penser comme le client que vous essayez d'atteindre :

- Sur quels sites vos clients potentiels se rendent-ils ?
- Qui sont vos concurrents ?
- Qui publie du contenu semblable au vôtre ?

Des questions comme celles-ci vous conduiront souvent vers des partenaires potentiels, en particulier lorsque vous envisagez des partenariats avec vos concurrents. La plupart des entrepreneurs pensent que la concurrence est une mauvaise chose, et c'est vrai, sauf si vous trouvez un moyen de transformer vos concurrents en partenaires.

En utilisant les méthodes décrites dans cet ebook, vous allez apprendre à transformer une entreprise concurrente en un partenaire qui vous fera gagner de l'argent sans rien faire. Tout le monde n'acceptera pas votre offre, mais beaucoup de personnes sauteront sur l'occasion, car vous aurez appliqué les conseils que vous allez découvrir.

Alors, c'est parti...

Une méthode simple en 4 étapes afin de gagner de l'argent à partir de vos partenariats

Voici les 4 étapes que vous devez connaître et appliquer afin de trouver et de gérer vos super affiliés qui vous permettront ensuite de réaliser de nombreuses ventes très rapidement :

1. Tester votre marché.

2. Créer de bons outils de promotion pour vos partenaires.
3. Trouver vos partenaires.
4. Les attirer dans votre programme d'affiliation.

Étape 1 : tester votre marché

Je sais que vous avez déjà entendu cela quelque part...

La toute première chose que vous devez faire lorsque vous vendez un produit est de tester le marché. Vous ne voulez pas perdre de temps à créer un produit qui risquerait de ne pas se vendre et pour lequel vos futurs partenaires ne trouveraient aucun intérêt.

Tester votre marché, cela signifie que vous devez savoir si des personnes sont prêtes à dépenser de l'argent pour acheter votre produit.

Normalement, vous devriez déjà avoir réalisé différentes recherches avant d'entamer la création de votre produit afin de connaître précisément les besoins de vos clients potentiels. La meilleure méthode est d'effectuer des recherches sur Internet en utilisant les moteurs de recherche, les forums, les blogues, car de nombreuses personnes y posent souvent des questions.

À ce stade, vous pouvez utiliser un autre service qui est Google Adwords. L'objectif étant de créer des annonces afin de savoir si des personnes sont intéressées par le sujet de votre produit. Normalement, c'est le cas, mais vous pourrez ainsi avoir la certitude.

Par exemple, si le sujet de votre produit est sur la « perte de poids », voici une liste de mots clés qu'il serait intéressant de tester :

- Perdre du poids rapidement
- Comment perdre du poids
- Perdre du poids facilement
- Programme pour perdre du poids

Voici un outil qui vous aidera à obtenir une liste de mots clés :

<https://adwords.google.fr/select/KeywordToolExternal>

Vous pourrez rediriger les personnes vers une page de capture à partir de laquelle vous donnerez des conseils gratuits liés à votre produit payant.

Ainsi lors de sa sortie, vous aurez déjà une liste de clients potentiels qui normalement seront intéressés par votre produit.

Pourquoi réaliser cette première étape ?

Ce travail vous aidera :

- À connaître les mots clés que vos clients potentiels utilisent. C'est toujours intéressant lorsque vous devez réaliser la promotion de votre produit.
- À savoir quels sont les besoins de ces personnes et créer des outils de promotion adaptés à ces personnes en particulier.

Maintenant, intéressons-nous aux différents outils de promotion que vous pouvez proposer à vos partenaires.

Étape 2 : créer de bons outils de promotion pour vos partenaires

La promotion de votre produit par vos partenaires doit pouvoir être la plus simple possible. Leur proposer dès le départ de nombreux outils promotionnels peut les décider à accepter votre offre de partenariat. Ensuite, il leur suffira d'utiliser vos outils pour prévenir le maximum de personnes de la sortie imminente de votre nouveau produit.

Voici différents outils que vous pouvez créer pour vos partenaires.

- **Les annonces Adwords.** De nombreuses personnes utilisent ce moyen de promotion. Normalement à l'étape 1, vous avez déjà testé quelques annonces et vous savez quelles sont les plus performantes. Vous pourrez ainsi déjà proposer quelques exemples à vos partenaires. Si vous avez l'habitude d'utiliser ce service, vous pourrez de temps en temps mettre à jour vos annonces suivant les tests que vous avez réalisés.
- **Des exemples d'emails.** Lorsqu'on réalise la promotion d'un produit, en général, le premier réflexe est d'envoyer un email à sa liste. C'est pourquoi je vous conseille de rédiger 2 ou 3 exemples d'emails pour vos partenaires. Le but étant d'attirer l'attention de l'abonné pour qu'il décide de cliquer sur le lien et ainsi se rendre sur votre page de vente. Vous pouvez, par exemple, mettre en évidence les avantages de votre produit et les résultats que l'on peut obtenir en appliquant vos conseils. Un petit conseil en passant, si vous ne proposez qu'un seul email, même décliné en 2 ou 3 versions différentes, vos partenaires ne sélectionneront que celui qui leur conviendra le mieux et ils n'enverront que celui-ci. Si vous souhaitez qu'ils suivent l'envoi de cet email, suggérez-leur également 2 ou 3 emails de relances complémentaires afin de les inciter à les utiliser.
- **Préparer des articles.** Il est toujours intéressant de proposer, en même temps, des informations de qualité et les articles peuvent vous aider à atteindre cet objectif. Vous pouvez écrire une dizaine d'articles (d'environ 350 mots chacun) qui seront liés à votre produit. Vos partenaires pourront ainsi les ajouter sur leurs blogs ou les envoyer à leurs abonnés.

- **Créer des bannières.** Même si elles ont bien moins d'impact que par le passé, de nombreuses personnes continuent de les utiliser surtout sur leurs blogues. Essayez de faire en sorte que vos bannières soient dans les standards. Pour cela, voici un site qui peut vous aider :

<http://www.journaldunet.com/dossiers/sites/e-pub/annuaireformats.shtml>

- **Créer un ebook viral.** C'est certainement l'outil qui est le plus apprécié par vos futurs partenaires et qui peut avoir le meilleur impact.

Ebook viral ?

C'est en fait un ebook gratuit de 15 à 20 pages qui permet d'introduire la notion que vous développez dans votre produit payant. Pour faire simple, l'ebook viral dit aux personnes ce qu'elles doivent faire et votre produit payant montre aux personnes comment le faire. Le côté viral vient du fait que vous allez autoriser vos partenaires à distribuer gratuitement l'ebook, mais aussi à ajouter leur lien d'affiliation directement dans le contenu de l'ebook aux endroits que vous aurez déterminés. Pour réaliser un bon ebook facile à personnaliser, vous pouvez utiliser ce logiciel [EASY VIRAL PDF CREATOR](#).

Vous n'êtes pas obligé de créer tous ces outils, mais plus vous en proposerez, plus les partenaires seront attirés par votre offre.

Voici deux exemples de pages avec de nombreux outils de promotion :

<http://www.voitureh2o.com/programme-affiliation.htm>

<http://1500deprofit.com/affiliation/>

Il est vrai que ceux qui ont plusieurs années d'expérience préfèrent utiliser leurs propres outils, mais ils pourront très bien s'inspirer des vôtres ce qui leur fera gagner du temps.

Étape 3 : trouver vos partenaires potentiels

N'oubliez pas que lorsque je parle des super affiliés, cela concerne les personnes qui présentent une ou plusieurs des caractéristiques suivantes :

- Une personne qui a une liste d'abonnés très importante et qui peut vous aider à générer des ventes rapidement.
- Une personne qui a un site avec un trafic mensuel important qui cible vos clients potentiels.
- Une personne qui est considérée comme un expert et en qui vos clients potentiels ont entièrement confiance.

Méthode 1 : inscrivez-vous aux listes de vos partenaires potentiels

Plus vous connaissez vos partenaires potentiels et plus il sera simple de voir vos offres de partenariat acceptées puisque vous pourrez utiliser ce que vous avez appris sur eux à travers leurs listes.

Il faut savoir que les experts de votre marché sont en général des personnes assez occupées qui peuvent recevoir de nombreuses propositions chaque semaine. Par conséquent, obtenir l'attention de ces personnes sur vous et votre produit vous demandera quelques efforts et des recherches.

En rejoignant les listes de vos partenaires potentiels, vous pourrez apprendre des choses très utiles :

- Quels sont les produits ou services dont ils font la promotion ?
- Est-ce que le mode de promotion utilisé donne envie d'acheter ?
- Si vous leur posez une question, combien de temps mettent-ils pour répondre ?

- Est-ce que vous avez repéré une lacune que vous pourriez utiliser à votre avantage ?

Cette première méthode permet d'observer vos partenaires potentiels afin de recueillir de précieuses informations qui vous serviront pour la suite.

Cela peut prendre quelques semaines, mais cette méthode vous sera utile pour faire un premier tri dans la liste des partenaires que vous avez sélectionné.

Méthode 2 : trouver vos partenaires en passant par les annuaires d'articles

Quelques-uns des meilleurs affiliés et partenaires que vous pourrez trouver publient du contenu sur ce type de site. Ces personnes sont très intéressantes à approcher puisque vous savez qu'elles ont de bonnes connaissances liées à votre marché et par conséquent, elles peuvent influencer le choix de vos clients potentiels en votre faveur.

La deuxième raison vient du fait qu'en général, ces personnes redirigent le trafic de leurs articles vers des pages de capture. Par conséquent, elles ont des centaines voire des milliers d'abonnés qui peuvent être susceptibles d'être intéressés par votre produit.

Si votre produit a un bon rapport « qualité prix », la personne n'hésitera pas longtemps avant d'accepter votre offre, car on ne refuse jamais une opportunité de gagner plus d'argent.

Pour trouver ces sites, il suffit d'indiquer comme mot clé :

ARTICLE LIBRE DE DROITS

Ensuite, il ne vous reste plus qu'à sélectionner la catégorie en rapport avec votre marché :

Catégories		
<p>Affaires</p> <ul style="list-style-type: none"> Administration Association et JV Commerce Communiqué de presse Entreprises Etude de marché Faillite Financement Gestion Management Relations client Vente <p>Animaux</p> <ul style="list-style-type: none"> Chats Chiens  Communiqué de presse Poissons 	<p>Ésotérisme</p> <ul style="list-style-type: none"> Astrologie Communiqué de presse Horoscope Interprétation des rêves Numérologie Tarots Voyance <p>Finances</p> <ul style="list-style-type: none"> Assurance Banques Bourse Cartes de crédit Communiqué de presse Crédits Emploi Endettement Épargne Financiers 	<p>Mode</p> <ul style="list-style-type: none"> Accessoires Bijoux Chaussures Communiqué de presse Lunettes Montres Sacs à main Vêtements <p>Santé et Bien Être</p> <ul style="list-style-type: none"> Alcoolisme Arrêter de fumer Beauté & Produits de beauté Chute de cheveux Communiqué de presse Forme physique Manger sain Musculation Poste de santé

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

J'ai pris, comme exemple, le marché des chiens et en quelques secondes, j'ai trouvé une personne qui peut être intéressante de contacter si j'avais un produit à vendre sur ce marché :

A propos de l'auteur :

Mel Colmant est une passionnée de chiens et de dressage. Retrouvez toutes les astuces de dressage de chien sur son blog:

[Dressage chien](#)

<http://www.articlesenligne.com/article58>

Le marketing par article n'est pas encore très utilisé, mais les personnes qui écrivent des articles ont, en général, déjà de l'expérience ce qui est le plus important pour vous.

Méthode 3 : faites une petite recherche sur les forums

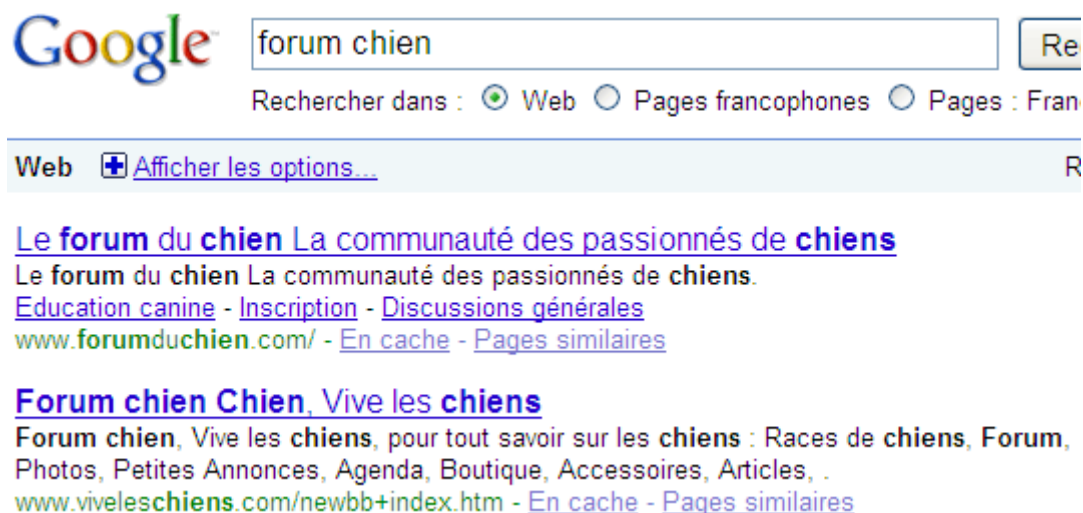
Un des avantages d'Internet, dans votre situation, c'est que les personnes ont tendance à se regrouper en communauté. Les passionnés de golf se regroupent sur les forums de golf, les passionnés de chien se regroupent sur des forums traitant des chiens...

C'est-à-dire que si vous trouvez les forums dont le thème principal est lié à votre produit ou votre service, vous trouverez, par la même occasion, une liste toute faite de partenaires et de clients potentiels.

Pour cela, c'est assez simple puisqu'il suffit d'indiquer comme mot clé :

FORUM + VOTRE MARCHÉ

Si on reprend notre exemple, cela donne :



Ensuite, la seconde étape consiste à prendre un peu de temps afin de lire les différents messages et de repérer les personnes les plus influentes du forum.

Certains éléments ne trompent pas :

- Le nombre de messages ajoutés depuis la création du compte.
- La fréquence des messages (plusieurs fois par jour, par semaine)
- La qualité des messages. Est-ce qu'ils aident les autres membres ou la personne parle pour ne rien dire.

Si vous souhaitez avoir quelques détails supplémentaires sur une personne, vous pouvez cliquer sur son nom et vous atteindrez normalement son profil avec différentes statistiques.

Lorsque vous avez trouvé un forum avec de nombreuses personnes intéressantes et une bonne ambiance, n'hésitez pas à créer votre compte et à participer aux fils de discussions.

Si vos interventions sont de qualités, vous pouvez être sûr que vos partenaires potentiels vous remarqueront et peut-être qu'ils entreront en contact avec vous.

Attention ! Veillez à ce stade à ne pas faire la promotion de vos produits et services directement dans vos interventions, l'objectif est simplement de vous faire remarquer en bien par les autres intervenants.

Méthode 4 : trouver vos partenaires en passant par les moteurs de recherche

Avec cette méthode, vous allez surtout vous intéresser aux petites annonces Google Adwords qu'on peut trouver en haut et sur la droite de la page de résultats.

Si je prends l'exemple du marché « perdre du poids », voici le résultat :



The screenshot shows a Google search for "perdre du poids". The search bar contains the text "perdre du poids" and a "Rechercher" button. Below the search bar, there are radio buttons for "Web", "Pages francophones", and "Pages : France". The search results show "Résultats 1 à 10 sur un total d'environ 1 790 000 pour perdre du poids (0,14 se)". The results include several sponsored ads (Liens commerciaux) such as "Des kilos en trop?", "Maigrir de 5-10-15 kilos?", "Régime Protéiné Insudiet", "Perdre Du Poids", and "Perdre Du Poids Très Vite".

Cette méthode est intéressante, car si les personnes sont prêtes à payer pour qu'on clique sur leurs annonces, cela signifie qu'elles souhaitent gagner de l'argent en contrepartie.

Par conséquent, chaque annonce peut représenter un partenaire potentiel.

Méthode 5 : regarder sur les sites de ventes de produits numériques

Voici les plus connus :

- <http://www.1tpe.com/>

- <http://www.fribix.com/>
- <http://www.paykoo.com/>
- <http://www.clickbank.com/index.html>

Si l'on prend l'exemple du site 1TPE, en allant sur cette page...

<http://www.1tpe.com/shop.php>

... vous pourrez trouver de nombreux produits classés par catégories ce qui vous facilitera les recherches.



Lorsque vous avez trouvé un produit intéressant, essayez d'en savoir un peu plus sur le vendeur. Le plus simple est d'indiquer comme mot clé le nom de cette personne.

Méthode 6 : participer à des séminaires, des formations...

Certainement la méthode la plus couteuse, mais n'allez pas payer plusieurs centaines d'euros dans le seul but de rencontrer une personne, allez-y avant tout pour améliorer vos connaissances et profitez-en pour sympathiser avec l'expert.

Pour se faire remarquer par un partenaire potentiel, il n'y a pas mieux, puisque lorsqu'une personne paye plusieurs centaines d'euros, on a tendance à retenir plus facilement son nom que si elle téléchargeait gratuitement un ebook.

Ensuite, la formation peut durer une journée, voire deux, ce qui laisse tout le temps de rencontrer et de discuter avec l'expert pour lui présenter votre projet.

N'hésitez pas à me demander des conseils et suivant ses réponses et son attitude, vous pouvez essayer d'aborder la partie partenariat.

Il serait surprenant que la personne accepte de suite, mais elle peut très bien vous donner son numéro ou son email à partir desquels vous pourrez la recontacter afin de lui expliquer plus en détail votre projet.

Pour conclure

Ce n'est pas une liste exhaustive, mais vous avez déjà de nombreuses pistes à exploiter afin de trouver vos premiers partenaires potentiels.

N'oubliez pas que dès que vous avez la possibilité de vous inscrire à une liste, faites-le. C'est la meilleure manière de vous rendre compte du sérieux du vendeur ainsi que de sa capacité à promouvoir votre produit s'il venait à accepter votre offre de partenariat.

Étape 4 : créer une offre attrayante que vos partenaires ne pourront pas refuser

Une des principales raisons pour laquelle de nombreuses personnes n'arrivent pas à mettre en place des partenariats, c'est simplement parce que leur offre n'est pas assez convaincante.

Il faut savoir que les experts de votre marché gagnent déjà plutôt bien leur vie sur Internet et est-ce que votre programme d'affiliation est différent des centaines d'autres ?

En d'autres termes, **que proposez-vous à vos partenaires ?**

Afin de mettre en place un partenariat avec un expert, vous devez créer et présenter la meilleure offre possible. Par conséquent, avant même de penser à contacter ces personnes, vous devez être sûr d'avoir développé une offre qui leur sera difficile de refuser.

Voici 5 manières de donner plus d'impact à votre offre afin d'attirer les experts de votre marché.

Offrir des commissions plus élevées

La meilleure manière d'inciter les personnes à accepter votre offre de partenariat est de leur offrir une commission plus élevée que celle proposée aux affiliés « normaux ». Si vous offrez une commission de 30 % à vos affiliés, proposez une commission de 50 % ou bien 70 % à vos partenaires qui ont une réelle influence sur leurs abonnés, leurs visiteurs et donc vos clients potentiels.

Vous pouvez trouver la commission trop élevée, mais pensez plutôt à l'argent que vous gagnerez si les personnes acceptent votre offre de partenariat.

Certains experts ont des listes de plusieurs milliers d'abonnés et s'ils donnent leur avis (positif) sur votre produit, vous pouvez vous retrouver en quelques heures avec des dizaines voire des centaines d'acheteurs.

Si la personne a bien fait son travail, c'est-à-dire qu'elle entretient une bonne relation avec ses abonnés, le taux de conversion peut tourner autour des 10 %, alors qu'il est normalement de 1 à 2 % en utilisant les méthodes de promotion plus classiques.

Sans oublier que lorsqu'une personne achète votre produit, vous obtenez par la même occasion son adresse email, c'est-à-dire que vous pourrez la recontacter ultérieurement pour lui proposer d'autres produits. Dans ce cas, le taux de conversion est très élevé puisque la personne vous connaît, elle sait que vous êtes une personne sérieuse et que votre produit pourra l'aider.

REMARQUE : Pourquoi redistribuer 100 % des revenus générés ?

Certains vendeurs utilisent cette méthode afin de récupérer un maximum d'emails à l'aide d'un produit d'attaque. Ensuite, ils essaient de se rémunérer en proposant leurs autres produits.

Cette stratégie est intéressante si vous avez déjà d'autres produits à proposer et pour attirer le maximum de partenaires, vous misez tout sur la commission à 100 %.

Alors, quel est le réel avantage de proposer 100 % des revenus ?

Il faut savoir que l'élaboration de votre liste d'abonnés est la partie la plus importante dans la longévité de votre business sur Internet. Une fois que vous avez une base de contacts importante, vous pourrez facilement gagner de l'argent en proposant vos nouveaux produits à ces personnes. Sachant que la confiance est établie, vous pourrez vendre des produits souvent plus chers. Une deuxième possibilité pourrait être de proposer les produits de vos confrères et de percevoir ainsi des commissions sur les ventes.

Offrir 100 % des revenus à vos partenaires peut être une excellente solution, à court terme, afin d'obtenir rapidement une liste importante, surtout en proposant des produits numériques puisque vous n'aurez pas de frais d'envois.

Si vous aviez l'intention de proposer une rémunération de vos partenaires à hauteur de 70 ou 80 %, il serait peut-être intéressant de tester une rémunération à 100 %.

Vous devez seulement vous assurer de pouvoir récupérer le prénom et l'email de l'acheteur pour que cette méthode fonctionne.

REMARQUE : n'utilisez le commissionnement à 100 % uniquement si vous savez que votre partenaire peut vous envoyer de nombreux clients ciblés, mais aussi si vous avez un autre produit à proposer assez rapidement à vos nouveaux clients.

Offrir votre produit à votre partenaire

Vous pouvez gagner plus d'argent en offrant gratuitement votre produit à la personne avant qu'elle accepte de s'associer avec vous. Vous lui donnez ainsi la possibilité de valider la qualité de votre produit, ce qui peut être déterminant dans la prise de sa décision.

En effet, si votre produit est mauvais, elle ne prendra pas le risque de le présenter à ses abonnés de peur de détériorer sa crédibilité en les décevant.

Au contraire, si elle a apprécié votre produit, elle sera plus encline à accepter votre offre de partenariat en sachant qu'elle pourra aider ses abonnés à améliorer leurs connaissances ou à répondre parfaitement à leurs besoins.

Proposer votre produit à un prix réduit

Vous pouvez proposer à votre partenaire une réduction, sur le prix de votre produit, destiné exclusivement à ses abonnés. Cette technique est à proposer, de préférence, à un seul partenaire pour qu'il y ait une certaine « exclusivité ».

En effet, cela n'a pas un réel intérêt si tous vos partenaires proposent la même offre spéciale à leurs abonnés.

Offrir à vos partenaires différents outils de promotion

Assurez-vous de leur faire connaître les outils de promotion que vous avez créés (ceux mentionnés précédemment dans l'étape 2).

Vous pouvez leur détailler rapidement les différents outils mis à leur disposition, en leur rappelant que cela pourra les aider à réaliser la promotion de votre produit.

C'est toujours intéressant d'avoir ce type d'outils. Cela montre à vos partenaires que vous êtes une personne sérieuse et après tout, c'est vous qui souhaitez qu'ils réalisent votre promotion, la moindre des choses est de leur fournir des outils.

Offrir un espace « promotion » dans votre newsletter ou votre magazine

Si vous publiez un magazine électronique ou que vous avez une newsletter, vous pouvez très bien proposer à votre partenaire de faire un peu de promotions de son business, par exemple, pour un produit gratuit afin de lui amener de nouveaux abonnés sur ses listes.

Nous sommes toujours à la recherche de nouvelles méthodes pour obtenir du trafic et cette solution peut intéresser plus d'une personne.

PARTIE 3

Contacter vos partenaires

**Les différentes méthodes
afin d'entrer en contact
avec vos partenaires**

Entrer en contact en utilisant l'email

Lorsque vous avez une liste de vos différents partenaires potentiels, la prochaine étape consiste à entrer en contact avec eux afin de leur présenter votre offre de partenariat.

En général, l'email est la seule information présente sur les sites de vos partenaires potentiels.

C'est certainement la méthode la plus simple, mais aussi la plus difficile puisqu'ils sont susceptibles de recevoir plusieurs dizaines voire plusieurs centaines d'emails par jour. Vous devrez donc réussir à attirer leur attention pour qu'ils ouvrent votre email et qu'ils le lisent jusqu'à la fin.

Pour vous aider, j'ai écrit un exemple d'email que vous pourrez découvrir dans le chapitre suivant.

Pour résumer, votre email doit montrer clairement que c'est une offre gagnant-gagnant et qu'au final, ce sera lui, votre partenaire, le grand gagnant.

À la fin de votre email, indiquez tous les moyens afin d'entrer en contact avec vous : email, téléphone, adresse de votre domicile, MSN, Skype...

Entrer en contact en utilisant le téléphone

Comme dit préalablement, vous ne trouverez en général que l'email de la personne, mais elle peut aussi avoir indiqué son numéro de téléphone. Si vous avez les deux, privilégiez en premier lieu le téléphone puisqu'elles l'indiquent publiquement.

Avoir un contact direct permet d'augmenter vos chances par rapport à l'email, c'est aussi plus rapide. En effet, avec l'email, vous devez attendre que la personne les ait tous lus avant qu'elle ne prenne le temps de vous répondre.

Lorsque vous êtes prêt à appeler la personne, je vous conseille d'ouvrir, dans votre navigateur Internet, le site Web de la personne. Cela vous aidera si vous devez parler, en détails de son business.

Vous pouvez commencer la conversation de cette manière :

Bonjour, je m'appelle [VOTRE NOM]. J'ai découvert votre site [NOM DU SITE], il y a quelques jours, et j'ai réellement apprécié vos conseils concernant...

J'ai justement écrit/créé un produit qui se nomme [NOM DU PRODUIT] et qui est en rapport avec le thème de votre site.

[Vous pouvez donner quelques détails sur votre produit en 2 ou 3 phrases et lui communiquer le lien de votre page]

Devant votre maîtrise du sujet, j'ai pensé vous le faire parvenir gratuitement afin d'avoir votre avis sur le contenu et la forme ?

...

Faites attention de ne pas monopoliser la parole et attendez un peu avant de parler du partenariat.

Tout dépend, en fait, de la réponse à votre question. Si vous sentez que la personne est intéressée par votre produit, vous pouvez laisser entendre que vous comptez mettre en place un programme d'affiliation.

À la fin de la discussion, vous pouvez préciser à la personne que vous allez lui envoyer un email avec le lien de téléchargement du produit. Dans cet email, indiquez les différentes possibilités pour entrer en contact avec vous.

Entrer en contact en utilisant les messageries instantanées

Cela peut être une méthode alternative entre l'email et le téléphone. L'avantage, c'est que l'on peut aller à l'essentiel et vous ne ferez pas perdre trop de temps à la personne.

Le deuxième point qui est intéressant, c'est que ces logiciels intègrent généralement une fonction d'appel audio.

Vous pourrez donc commencer par la contacter par écrit et passer ensuite en mode vocal afin d'entrer dans les détails et aussi parce que c'est tout de même plus convivial.

Les logiciels les plus connus sont :

- <http://download.live.com/messenger>
- <http://fr.messenger.yahoo.com/>
- <http://www.skype.com/intl/fr/>

C'est de loin ma méthode préférée, car elle permet de solliciter directement un rendez-vous vocal avec la personne, la seule difficulté est d'obtenir ses coordonnées, car celles-ci sont très rarement affichées publiquement.

Entrer en contact en vous rendant au domicile de la personne

Si vous avez la chance d'avoir un expert de votre marché proche de chez vous, il serait judicieux d'essayer de le voir en personne, c'est encore la meilleure solution parmi toutes celles que je viens d'énumérer.

Évidemment, vous ne pouvez pas vous y rendre à l'improviste, car si la personne n'est pas présente, vous aurez perdu votre temps et si vous la dérangez, la première impression sera négative, ce qui n'est jamais une bonne chose.

Cette solution est plutôt à envisager après un premier contact en ligne, courriel ou vocal, avec la personne. D'ailleurs, c'est la raison pour laquelle je vous ai conseillé d'indiquer l'adresse de votre domicile puisque si votre partenaire se rend compte que vous habitez juste à côté, c'est lui qui pourra vous proposer une rencontre.

Réussir son email

7 conseils pour vos emails

Lorsque vous souhaitez entrer en contact avec un partenaire potentiel en utilisant l'email, il y a différents éléments à retenir. Le premier et certainement le plus important, c'est que cette personne sera probablement occupée, voire très occupée, et qu'elle ne perdra pas de temps à lire votre email si rien n'attire son attention.

Voici 7 conseils pour mettre toutes les chances de votre côté :

- Indiquez le prénom de la personne que vous contactez. Ne commencez surtout pas par : « bonjour », « cher Webmaster ». Vous vous adressez personnellement à cette personne donc affichez-le dès le sujet de l'email.
- Présentez-vous brièvement en 1 ou 2 phrases. Ne racontez pas votre vie, mais seulement quelques détails liés à votre business dans un premier temps. La personne n'a pas grand intérêt à savoir que vous avez 2 enfants, un chien...
- Décrivez le produit ou le service, encore une fois, assez brièvement et indiquez le lien de la page de vente pour qu'elle puisse le découvrir, ajoutez éventuellement le lien de la page de téléchargement, mais ceci peut aussi être proposé dans un second temps.
- Faites une proposition claire et précise. Vous pouvez attirer son attention sur une commission attrayante ou certains avantages que vous pourrez lui offrir en contrepartie.
- Vous pouvez lui indiquer que vous appréciez son site Web en mettant l'accent sur les points positifs que vous avez notés.
- L'orthographe et la grammaire sont importantes. N'hésitez pas à faire relire votre email par une personne de votre entourage qui pourra peut-être vous aider à reformuler certaines phrases afin d'améliorer l'impact de votre email.
- Indiquez à la fin de votre email vos coordonnées : numéro de téléphone, email, adresse, site Web...

Au final, votre email sera assez bref, mais au moins il ira à l'essentiel. D'ailleurs, dans un premier temps, le plus important, c'est le lien de téléchargement de votre produit, car si la personne trouve intéressant votre produit, elle entrera en contact avec vous.

Les points importants à souligner dans votre offre de partenariat

Lorsque vous présentez une offre de partenariat par email, par téléphone ou autre..., vous avez besoin de mettre certains points en évidence afin d'attirer et de retenir l'attention de votre partenaire potentiel assez longtemps pour transformer votre offre en un partenariat concret.

Voici les points importants :

- Mettez l'accent sur le fait que c'est une offre gagnant-gagnant, et même qu'il sera le grand gagnant si vous proposez une commission supérieure à 50 %.
- Si vous proposez d'autres avantages, autres qu'une bonne commission, vous pouvez les mettre en avant en insistant sur le côté exclusif.
- N'attendez pas la fin de votre email pour donner le lien vers la page de votre produit puisque c'est certainement le plus important. Il faut savoir que de nombreuses personnes souhaitent mettre en place des partenariats sans offrir la possibilité de découvrir le produit. N'hésitez donc pas à lui dire que suivant sa décision vous êtes tout à fait disposé à lui offrir votre produit !
- Insistez sur le fait que votre produit est complémentaire à ses produits et qu'il y a de fortes chances pour que ses clients soient aussi intéressés par votre produit.
- Même si vous débutez sur Internet, ce n'est pas une raison de vous rabaisser. Au contraire, vous devez affirmer vos compétences et vos connaissances afin de rassurer votre partenaire sur le sérieux de votre offre.

Un exemple d'email

Bonjour [NOM DE LA PERSONNE],

Je m'appelle [INSERER VOTRE NOM]. J'ai visité votre site Web www.site-web.com et j'ai été très impressionné par sa qualité et son contenu. J'ai trouvé la rubrique sur les _____ vraiment très utile.

Je possède également mon propre site et je voudrais vous offrir gratuitement mon dernier produit.

[INSERER LE LIEN DE TÉLÉCHARGEMENT]

Je tiens également à discuter avec vous de la possibilité de mettre en place un partenariat qui vous permettrait d'augmenter vos revenus sans risque.

Je vais bientôt sortir mon nouveau produit [nom du produit, son prix, ainsi qu'une courte description].

Je me demandais si vous seriez intéressé à faire équipe avec moi sur ce lancement.

Je vous propose 50 % (soit X €) sur chaque vente que vous générerez en présentant mon produit à vos clients.

Naturellement avant que vous me donniez votre réponse, je vous propose de télécharger gratuitement mon produit afin que vous puissiez vous assurer de sa qualité.

[INSERER LE LIEN DE TÉLÉCHARGEMENT]

Étant donné que ce produit peut être un complément idéal au vôtre, vos abonnés seront certainement intéressés par les nombreux conseils qu'ils y trouveront.

Je peux aussi vous proposer une réduction de 10 % réservée exclusivement à vos abonnés. Vous serez la seule personne à pouvoir proposer sur le marché une réduction de 10 % sur le prix de vente grâce à ce coupon que vous pourrez communiquer à vos abonnés : _____.

J'ai aussi créé de nombreux outils de promotion que vous pourrez utiliser afin de promouvoir ce produit :

[LIEN VERS LES OUTILS DE PROMOTION]

Si cette offre de partenariat vous intéresse ou que vous avez des questions, n'hésitez pas à me contacter.

Cordialement,

[VOTRE NOM]

Tél : 01.23.45.67.89

Email : votre-email@XXX.com

MSN : votre adresse hotmail

Skype : votre pseudo Skype

<http://www.votre-site.com>

Adresse de votre domicile

Quelques détails concernant cet email

Maintenant, abordons les points importants de cet email que recevront vos partenaires potentiels.

- L'introduction, qui est personnalisée, permet de montrer à la personne que ce n'est pas un SPAM ou un simple email générique envoyé à des dizaines de personnes différentes.
- Le fait de proposer gratuitement votre produit permet d'augmenter la confiance de la personne.
- En proposant une réduction de X %, les abonnés à sa liste seront plus susceptibles d'acheter votre produit, ce qui lui permettra d'augmenter ses conversions et ses commissions.
- En incluant des informations sur les outils de promotion, cela suppose que la majorité du travail mercantile a déjà été réalisé, ce qui permettra à la personne d'économiser du temps.

Cet email est plutôt court, mais il va droit au but.

Envoyez votre offre de partenariat

Maintenant que vous avez rédigé votre email, il faudrait pouvoir vous assurer que votre partenaire le reçoive bien.

L'email est très facile à utiliser, mais sachant que la personne reçoit certainement plusieurs centaines d'emails par jours, votre offre peut finir dans la corbeille sans même être lue.

Par conséquent, il est toujours intéressant d'avoir un plan B.

Quel est ce plan B ?

Envoyer une lettre manuscrite directement au domicile de la personne.

Elle reçoit certainement plusieurs dizaines d'emails par jour, mais elle ne reçoit pas 100 lettres postales par jour.

Si vous envoyez le courrier à la bonne adresse, vous êtes pratiquement sûr que votre offre de partenariat sera lue, ce qui améliore les chances de mettre en place un partenariat.

Envoyer une lettre permet aussi d'être réellement pris au sérieux par vos partenaires, car toute personne ayant un ordinateur peut envoyer un email, mais avec une lettre, vous montrez que vous êtes une « vraie » personne et qu'ils peuvent prendre au sérieux cette offre qui leur est personnellement adressée.

Vous pouvez vous démarquer encore plus en ajoutant à votre proposition une clé USB ou un CD contenant votre produit et les différents liens d'accès aux pages et outils que vous mettez à disposition.

Au départ, vous pouvez tout simplement envoyer un email et si vous ne recevez aucune réponse, il serait intéressant d'envisager la solution de la lettre envoyée directement au domicile de la personne.

PARTIE 4

Erreurs : conseils & astuces

Les erreurs à ne pas commettre

Maintenant que vous avez toutes ces informations afin de mettre en place vos premiers partenariats, il est important de souligner certains points qui peuvent porter un risque.

Votre partenaire est-il une personne respectée dans votre marché ?

C'est la question que vous devez vous poser lorsque vous avez repéré un partenaire potentiel. Il y a deux éléments à prendre en compte :

- La qualité de ses produits ou de ses services.
- La crédibilité qu'il a auprès de ses clients, c'est-à-dire vos clients potentiels.

Si vous n'avez pas encore acheté un de ses produits, il serait intéressant de le faire afin de vous rendre compte personnellement de la qualité. Si le produit est mauvais ou moyen, les acheteurs ne seront pas fidèles à cette personne et il y a peu de chances pour qu'ils achètent votre produit ou service suivant la recommandation du partenaire. Si son produit est de très grande qualité, cela vous permettra aussi d'adapter et d'améliorer encore le vôtre afin d'optimiser son engagement dans un partenariat.

Pour vous rendre compte de la popularité de la personne, il suffit d'indiquer comme mot clé dans votre moteur de recherche :

- Son nom
- Celui de ses produits
- Son entreprise

En prenant quelques minutes, vous pourrez certainement tomber sur des avis ou des critiques de clients ou d'anciens clients. Si vous sentez que les personnes sont méfiantes et n'ont pas confiance en votre partenaire, n'y allez pas.

Il faut savoir que votre crédibilité est en jeu lorsque vous mettez en place un partenariat avec une personne. Si ses produits sont mauvais ou qu'ils sont décriés, je vous conseille de rayer cette personne de votre liste.

La mise en place de partenariat sert à gagner de l'argent et non pas à se bruler les ailes.

Votre offre de partenariat est-elle attrayante ?

Il y a quelques semaines, j'ai reçu un email me proposant de réaliser la promotion d'un nouveau produit sorti sur le marché quelques jours plus tôt.

Est-ce que j'ai accepté cette offre de partenariat ?

Non.

Les raisons sont simples :

- L'email que j'ai reçu n'était pas personnalisé, mais plutôt du type : « *Bonjour - Je viens de sortir un produit - Est-ce que vous êtes intéressé pour faire sa promotion ? - Vous toucherez 50 % de commission* ». Un simple copier-coller envoyé à plusieurs dizaines voire centaines de personnes différentes.
- Je ne pouvais pas télécharger gratuitement le produit pour me rendre compte s'il était de qualité ou non.

La personne utilisait le service 1TPE, ce qui n'est à mon goût déjà pas une bonne chose pour un partenariat, j'ai donc consulté la commission proposée et c'était le même pourcentage, soit 50 %.

C'est une erreur de penser à un partenaire comme un simple affilié.

Voici un petit récapitulatif des éléments à respecter :

- Vous devez personnaliser votre offre. La moindre des choses est de commencer par un simple « *Bonjour [prénom de la personne]* ».
- La commission doit être supérieure à celle proposée à un affilié.
- VOUS DEVEZ offrir votre produit à la personne.

Je l'avais déjà précisé, mais c'est assez important pour être répété, car c'est la base d'une bonne offre de partenariat.

Avez-vous prévu une « sortie de secours » ?

On ne peut jamais réellement prévoir l'évolution d'une relation avec un partenaire. On pense tout connaître de la personne après avoir réalisé de nombreuses recherches sur Internet et on se rend compte, après quelques semaines de collaboration, que la situation se dégrade.

À ce moment-là, vous avez le choix :

- Soit, vous prenez sur vous et vous ne faites rien. C'est un comportement que je peux tout à fait comprendre surtout si vous débutez et que vous avez comme partenaire un expert de votre marché.
- Soit, vous prévenez votre partenaire qu'il serait préférable d'arrêter, toute collaboration.

Ce cas de figure est surtout vrai si vous avez démarré un projet commun avec cette personne. Sinon, si votre partenaire n'a aucun accès aux données sensibles (mot de passe, accès à la partie administration...), vous ne devriez pas rencontrer de problèmes particuliers.

Respecter vos engagements

Une erreur qui peut servir de mise en garde.

Vous avez pu constater que les mots tels que : crédibilité, réputation, popularité étaient souvent employés dans cet ebook et ce fut encore le cas dans la « première erreur » de ce chapitre.

Ne vous inquiétez pas, il n'y a rien de grave puisque ce que je vais dire est tout simplement logique, mais il est toujours important de le préciser : **lorsque vous promettez quelque chose, vous devez le respecter !**

Un exemple :

Dans votre offre de partenariat, vous promettez à la personne de lui reverser 80 % de commissions sur chaque vente qu'elle réalisera.

Vous ne pouvez pas revenir sur cette décision quelques jours après son acceptation et lui signaler que finalement sa commission sera seulement de 50 %, sauf si c'est elle qui vous le suggère - ce qui peut aussi arriver.

C'est la raison pour laquelle je vous conseille de ne pas vous précipiter et de prendre le temps :

- De rédiger votre offre de partenariat.
- De tout mettre en place : site Internet, produit, système de paiement, système d'affiliation...

Une fois que tout est prêt, vous pourrez commencer à contacter vos partenaires.

7 méthodes pour que votre offre soit la plus rentable possible

Voici 7 méthodes pour rendre votre offre plus rentable. Vous pouvez utiliser ces méthodes aussi bien au quotidien, afin de stimuler vos ventes, que pour vos partenariats.

Allonger la durée de votre garantie

Cela permettra de réduire le nombre de demandes de remboursement.

Mettre en place une garantie de quelques jours comme 7 ou 15 jours ajoutera une pression et une certaine résistance, voire une réticence dans l'esprit de l'acheteur potentiel.

Pour cela, il faut se mettre dans la peau du client. Il peut mettre plusieurs jours afin de savoir si votre produit sera réellement bénéfique pour lui et il ne veut surtout pas risquer d'être obligé de garder votre produit qui n'a pas d'intérêt pour lui. Vos clients potentiels veulent être en mesure de pouvoir essayer votre produit sans risque et pour cela, il suffit d'allonger la durée de votre garantie « satisfait ou remboursé ».

Si vous avez une garantie de 30 ou de 60 jours, l'acheteur sait qu'il aura tout le temps pour essayer votre produit, tester vos conseils sans prendre le moindre risque puisque votre produit sera toujours sous garantie (au moins pendant encore quelques jours).

Certains vendeurs n'osent pas proposer une garantie de longue durée, car ils se disent que l'acheteur peut demander à tout moment son remboursement. En théorie, c'est le cas, mais dans la réalité, l'acheteur qui a testé le produit et qui l'a apprécié ne demandera pas le remboursement, même si votre produit est garanti pendant 3 mois. En général, il l'oubliera même, tout simplement. D'ailleurs, un acheteur demande à être remboursé dans les jours qui suivent son achat dans la plupart des cas.

Proposer des bonus gratuits

Les bonus sont un bon moyen d'augmenter facilement les ventes de votre produit, car si vous les mettez en valeur, la personne aura l'impression d'en recevoir plus pour le même prix (et c'est le cas).

Voici un exemple récent :

Téléchargez dès maintenant *Affiliation Commando* et vous recevrez 5 CADEAUX Incroyables d'une valeur de 2049 euros !

Si vous agissez dès maintenant, vous obtiendrez les bonus suivants :

CADEAU #1



Mécanique de la Réussite, volume 1, par Nicolas Lesaffre vous apprendra quelques unes des techniques qui permettent de gagner sa vie en ligne.

Un guide qui vous permettra de trouver un sujet et un produit pour tirer des PROFITS sur les ventes.

Le tout sans dépenser un centime!

Mécanique de la Réussite, volume 1 est livré avec pages de vente et graphiques. Droits de revente Master inclus. INÉDIT sur le marché!

Habituellement vendu 37€ - mais, pour VOUS, c'est **GRATUIT!**

Source : <http://www.affiliationcommando.com/>

L'astuce pour donner plus d'impact à vos bonus est de bien rappeler la valeur réelle du produit que vous proposez gratuitement.

Si vous prévenez vos partenaires, vous pouvez leur proposer de créer un produit que vous ajouterez en bonus sur la page de vente ou simplement sur la page de téléchargement. Ceci vous évitera de chercher d'éventuels bonus et cela permettra à vos partenaires de promouvoir leur concept ou leurs produits.

Voici un exemple :

CADEAU #3



"UNIQUE & EXCLUSIF!"

*"Droits de revente - Le guide ULTIME" vous révélera non seulement comment bien exploiter les droits de revente, mais qui vous fera découvrir un tout nouveau genre de droits de revente, mais qui vous fera découvrir **un nouveau genre de droits de revente** à peine débarqué en France et sur la francophonie.*

Son auteur, Didier Brockly, vous rapporte son expérience dans un milieu encore peu connu et surtout très mal exploité.

D'une valeur de 37€ - pour VOUS, c'est GRATUIT!

Source : <http://www.affiliationcommando.com/>

Une réduction limitée dans le temps

Cette méthode permet de vendre rapidement votre produit dès sa sortie. D'ailleurs, c'est une stratégie que vous pouvez utiliser, par exemple, durant les 7 premiers jours de commercialisation.

Lorsque les personnes arriveront sur votre site et verront qu'ils n'ont que quelques jours afin de profiter de cette réduction, ils ne réfléchiront pas longtemps et sauteront sur l'occasion de peur de manquer cette promotion.

ATTENTION : si vous proposez votre produit à 27 € au lieu de 37 € pendant 7 jours, assurez-vous qu'à la fin de votre promotion votre produit soit bien affiché et vendu à 37 €.

Je vous dis cela, car certains vendeurs indiquent sur la page de vente que leur produit bénéficie d'une réduction de X euros pendant quelques heures, mais en fait, cette réduction est valable tous les jours.

Si vous débutez sur Internet, il serait dommage d'anéantir vos efforts dès le départ, votre crédibilité sera d'autant plus difficile à bâtir si vous démarrez mal.

Proposer des alternatives

Le moyen de paiement le plus connu sur Internet est Paypal™, mais ce n'est pas la seule solution.

Vous pouvez, par exemple, proposer :

- Le chèque
- Le virement
- Les espèces : <http://www.westernunion.fr/>

Si votre produit coute plusieurs centaines d'euros, il serait peut-être judicieux de proposer aux acheteurs de pouvoir payer en plusieurs mensualités.

Offrir un seul moyen de paiement vous fera perdre des ventes et il serait dommage que cela vous arrive.

Proposer une période d'essai

Cette méthode fonctionne surtout si vous avez un espace membre où vous demandez aux personnes de payer chaque mois une certaine somme pour avoir accès au contenu.

Vous pouvez donc proposer aux clients potentiels de tester votre club gratuitement pendant quelques jours.

En général, les vendeurs créent une zone réservée à cet essai gratuit où ils ajoutent un contenu légèrement différent de celui que peuvent télécharger les membres payants.

En effet, si vous proposez exactement le même contenu, cela ne sert à rien de s'abonner à votre club puisqu'il suffit de créer tous les mois un nouveau compte en essai gratuit.

Si les personnes ont apprécié votre contenu, elles n'hésiteront pas à s'inscrire à votre club (surtout si vous proposez une petite réduction).

Mettre en place un concours

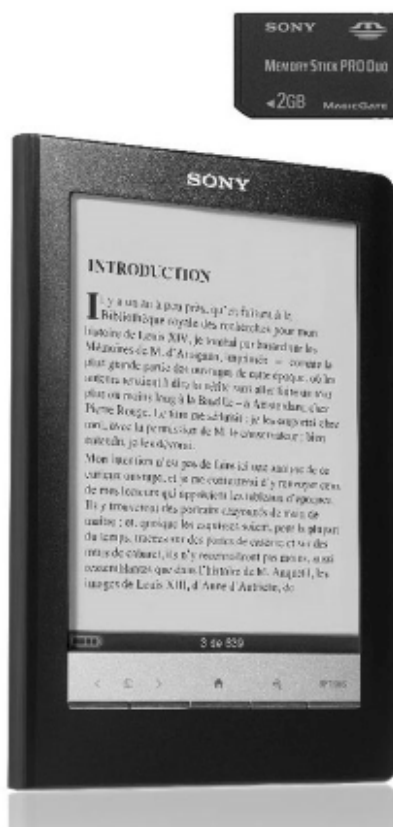
L'objectif de cette méthode est de pousser vos partenaires à faire le maximum de promotion pour votre produit durant une période donnée, 15 jours, un mois...

À la fin du concours, celui qui a réalisé le plus de ventes gagne un cadeau d'une valeur de XX €, le deuxième gagne un cadeau d'une valeur inférieure...

Voici un exemple récent :

1 Toute personne qui réunira **10 nouveaux abonnés** pendant cette période recevra directement chez elle ⁽¹⁾ :

Un **Reader Sony**™ livré avec une carte mémoire de 2Go contenant déjà 100 titres de livres numérisés :



Ou une Prime de 300 € en plus de vos commissions !

Source : <http://lecerclerdp.com/>

Proposer un support par email ou par téléphone aux acheteurs du produit

Si vous vendez, par exemple, un script, vous pouvez préciser sur la page de vente que vous serez là pour aider les personnes si elles rencontrent des difficultés lors de l'installation.

Proposer un support permet de rassurer les personnes, car elles savent qu'il y aura quelqu'un à leur disposition en cas de problèmes.

Mettre en place cette méthode peut vous faire « peur » et vous pouvez notamment craindre d'être submergé par les emails et les appels téléphoniques. En fait, si vous prenez les devants en proposant des tutoriels vidéo ou des guides d'installation avec des copies d'écrans, peu de personnes solliciteront votre aide.

Vous pouvez aussi mettre un forum de discussion à leur disposition, ainsi vos clients s'aideront entre eux.

4 secrets à découvrir liés au partenariat

Secret # 1

Lorsque les experts de votre marché accepteront votre offre de partenariat, encouragez-les à ajouter des liens vers votre site. En effet, lorsqu'un site reçoit de nombreuses visites chaque mois et qu'il bénéficie en plus d'un bon classement dans les moteurs de recherche, si l'expert ajoute un lien sortant vers votre site... votre classement dans les moteurs de recherche va littéralement « exploser » !

C'est une excellente méthode afin de recruter de nouvelles personnes qui pourront à leur tour faire la promotion de votre produit et faire connaître votre site à un plus grand nombre de personnes.

C'est important, car la plupart des moteurs de recherche utilisent aujourd'hui ce qu'on appelle « la popularité des liens » d'un site Web pour aider à déterminer son classement dans le moteur de recherche.

Cela signifie que plus vous avez de liens pointant vers votre site (backlinks) et plus votre classement sera amélioré. C'est encore plus vrai si le lien est présent sur un site très populaire.

Je sais que ce n'est pas évident de demander à une personne d'ajouter un lien vers votre site, mais si elle fait la promotion de votre produit, vous aurez déjà au moins un lien.

Ensuite, vous pouvez créer du contenu gratuit, comme une vidéo qui sera présente sur votre site. Si votre partenaire l'apprécie, il pourra écrire un article sur son blogue pour rediriger ses lecteurs vers votre vidéo gratuite.

Secret # 2

Lorsque vous créez votre site, vous pouvez inclure une « fenêtre de sortie (pop up) ». Lorsque la personne souhaitera quitter votre site, une nouvelle fenêtre s'ouvrira.

De cette façon, si la personne ne veut pas acheter tout de suite votre produit, vous pouvez utiliser cette fenêtre pour lui proposer un ebook gratuit ou un abonnement gratuit à votre lettre d'information.

Grâce à cette méthode, vous pourrez obtenir le prénom et l'email de clients potentiels ce qui améliorera vos chances de conclure la vente. Il est important de se rappeler qu'une personne n'achètera généralement pas la première fois qu'elle se rendra sur votre site.

Maintenant que vous avez son email, vous pourrez le relancer plusieurs fois en mélangeant informations de qualité et promotion pour votre produit.

Pour donner plus d'impact à votre email, vous pouvez ajouter des témoignages, présenter les résultats obtenus par vos acheteurs...

Avoir l'email de la personne, vous permet aussi de la rediriger vers vos autres produits qui pourront également l'intéresser.

Secret # 3

Ce troisième secret va permettre d'inverser les rôles.

Une fois que vous avez une liste d'abonnés, vous pouvez devenir à votre tour partenaire et ainsi promouvoir les produits ou services d'une autre personne.

Je pense que vous n'êtes pas le seul à proposer un produit de qualité sur votre marché, et si vous entretenez une bonne relation avec vos abonnés, une fois que vous avez trouvé le produit, il suffira d'écrire un email pour réaliser sa promotion.

Secret # 4

Si vous projetez de mettre en place des partenariats, je vous conseille de créer un fichier contenant tous les détails de vos premiers partenariats avec les références de vos partenaires.

Vous pourrez ainsi, lorsque vous souhaitez recruter de nouvelles personnes, montrer que vous êtes quelqu'un de sérieux.

Voici quelques éléments que vous pouvez ajouter dans votre fichier :

- Le nom de votre produit
- URL de votre produit
- Le prix
- Taux de conversion : (nombre de ventes / nombre de visiteurs)
- Le nombre total de ventes
- La liste de vos partenaires avec leurs détails (email, téléphone...)

- Le nombre de ventes réalisées par partenaire

Dès que vous mettez en place un partenariat, vous pouvez mettre à jour votre fichier. Il vous sera d'une grande aide surtout lorsque vous souhaitez approcher les experts de votre marché.

Si vous pouvez leur indiquer les taux de conversions de vos pages de vente, ainsi qu'une moyenne des revenus reversés à vos partenaires, ils seront susceptibles de considérer très sérieusement votre offre.

Conclusion

N'OUBLIEZ PAS : tout partenaire que vous arriverez à convaincre vous permettra d'augmenter vos revenus de manière significative sans fournir d'efforts supplémentaires puisque ce sera lui qui s'occupera d'une grande partie de votre promotion.

Suivant la personne que vous essayez de convaincre, vous pouvez augmenter la commission et offrir quelques avantages (remise de X %, par exemple). Tout dépend, en fin de compte, de sa popularité sur le marché, ou de sa capacité à générer du trafic ciblé vers votre site...

Il y a un dernier point à aborder avant de finir.

Dans l'hypothèse où toutes les personnes que vous aviez sur votre liste de partenaires potentiels acceptent votre offre, **VOUS NE DEVEZ PAS VOUS ARRETER LÀ.**

Il faut savoir que la plupart des vendeurs sur Internet sont toujours à la recherche de nouvelles opportunités afin de gagner plus d'argent et la mise en place d'un partenariat est une solution parfaite pour eux.

Essayez, par conséquent, de prendre tous les mois quelques heures pour rechercher de nouveaux partenaires potentiels et puis comme je l'ai dit, il est préférable de transformer vos concurrents en partenaires.

Il ne vous reste maintenant plus qu'à appliquer les nombreux conseils que vous venez de découvrir dans cet ebook pour mettre en place votre premier partenariat qui, je l'espère, vous aidera à développer votre business sur Internet.

À votre succès,

Michel Morin