

# MARKETING VIRAL

COMMENT UTILISER LE VIRAL POUR  
TOUCHER LE MAXIMUM DE MONDE



Bizness  Machine

# Sommaire

Introduction.....	3
Qu'est-ce que le marketing viral ?.....	4
Des exemples bien connus.....	6
Quels sont les avantages et les inconvénients du marketing viral ...	9
Les différents acteurs du marketing viral.....	13
Par où commencer ?.....	16
Incitez les personnes à la propagande grâce à l'affiliation .....	18
Trouver des Partenaires .....	24
Un outil indispensable dans votre arsenal : l'ebook viral .....	27
Utilisez un script « tell a friend » .....	32
D'autres méthodes à exploiter .....	37
Conclusion .....	43

# Introduction

Comme je dis souvent : **sans trafic, notre business est voué à l'échec.**

Il faudrait peut-être préciser une chose pour que cette phrase soit exacte : sans trafic **ciblé**. Oui, car il est facile d'avoir du trafic, mais le trafic ciblé est celui qui fera avancer votre activité.

Cet élément est donc le plus important pour toutes personnes souhaitant gagner de l'argent sur internet.

Le plus important, mais aussi le plus dur à obtenir.

Heureusement, il existe de nombreuses solutions, gratuites ou payantes, et certaines sont plus ou moins efficaces.

Aujourd'hui, nous allons nous intéresser à l'une d'entre elles : **le marketing viral.**

Bien utilisé, le marketing viral pour réellement faire exploser le nombre de visiteurs sur votre site et par la même occasion votre compte bancaire (*on ne va pas s'en plaindre*).

Pour exploiter toute la puissance de cette méthode, vous devez connaître toutes les astuces à mettre en place lors de votre campagne. Alors, si vous le permettez, ne perdons plus de temps et commençons dès maintenant !

Michel Morin

# Qu'est-ce que le marketing viral ?

Avant tout, je tiens à préciser que le terme viral n'a de commun avec un « virus », que la volonté de propagation.

Le marketing viral n'est, ni plus ni moins, qu'une évolution du bouche-à-oreille de notre enfance où un ami avait entendu d'un ami l'une de ces fameuses rumeurs ou légendes urbaines qui alimentaient nos conversations et pouvaient même parfois nous faire froids dans le dos.

Aujourd'hui, ce bouche-à-oreille est toujours présent dans notre quotidien de multiples façons. Le premier exemple qui me vient à l'esprit est le dernier restaurant que nous avons apprécié... on se réjouirait presque le lendemain d'en parler. Un bon film, un bon livre. On en parle et quelque part on le vend déjà ! Mais sans jamais ne rien gagner.

Avec le marketing viral, le consommateur, qui généralement n'est là que pour acheter un produit, devient acteur, c'est ce que l'on appelle un conso-acteur.

En effet, il fait partie intégrante de la stratégie puisque c'est lui qui va diffuser (*à travers un blog, un forum, un produit viral...*) l'information créée par la marque.

Cela peut-être sous forme d'une vidéo, mais aussi d'un article ajouté sur le site de la marque, ou de toute autre chose facilement diffusable.

L'intérêt pour la personne, de mettre en place cette stratégie de marketing viral, est de pouvoir faire circuler une information très rapidement, sans déboursier le moindre euro en publicité.

## Une définition « plus officielle » du marketing viral

D'après Jean-Marc Lehu ([L'encyclopédie du marketing](#)), le marketing viral signifie :

*Marketing reposant sur un effet de contamination de la cible par la propagation du message selon des techniques et des vecteurs recourant essentiellement au bouche-à-oreille.*

*Karim Stambouli et Éric Briones expliquent dans leur livre le « [Buzz marketing](#) » que : « L'élément stratégique [...] est d'attirer l'attention du consommateur et d'en faire en même temps un agent de communication, autrement dit, permettre à un récepteur de devenir émetteur.*

*Pour cela, il faut que l'intérêt du consommateur s'identifie à l'intérêt du service ou de la marque. C'est cette implication des consommateurs qui permet de réaliser une campagne exponentielle, rapide. Un message passe d'autant mieux qu'il repose sur la sociabilité ».*

## Pour résumer

Le marketing viral peut se résumer finalement à la diffusion et à la propagation d'un message (*article, ebook ou vidéo principalement*) qui pousse la personne à le partager avec ses connaissances et ainsi de suite.

Voici une image qui illustre parfaitement ce concept.



Source image : <http://fr.fotolia.com> - Auteur : Levente Janos

# Des exemples bien connus

Avant qu'internet existe, la forme de marketing viral la plus connue était la légende urbaine ou encore la rumeur.

Ces histoires circulaient grâce à la fameuse technique du bouche à oreille.

Mais depuis l'arrivée d'internet, tout c'est accéléré.

Aujourd'hui, une nouvelle peut circuler à travers le monde en moins de 24 h, surtout depuis l'ère du web 2.0, avec les différentes plateformes de blogs ou de micro-blogs, mais aussi les réseaux sociaux.

Voici maintenant 2 exemples, de campagnes de marketing viral, qui sont mondialement connus.

Le premier répond à un besoin des internautes quant au second, il mise sur l'humour pour se propager sur internet.

## HOTMAIL



Windows Live Hotmail

Hotmail est à ce jour sûrement le meilleur exemple de marketing viral sur Internet.

Ce service de messagerie gratuit a été lancé par Sabeer Bhatia et Jack Smith en 1996.

Voici un petit historique de l'évolution du nombre d'utilisateurs.

- Lancement en juillet 1996
- Juillet 1996 : 20 000 abonnés

- Janvier 1997 : 1 000 000 abonnés
- 1998 : plus de 12 millions d'abonnés
- Aujourd'hui : plus de 65 millions d'abonnés

## Comment Hotmail a-t-il pu réaliser une telle croissance ?

A chaque fois qu'une personne envoyait un email à l'aide d'Hotmail, à la fin, il y avait un lien du genre « *obtenez votre email gratuit sur Hotmail* ».

Si la personne cliquait sur ce lien, elle était redirigée vers la page d'accueil d'Hotmail pour lui présenter son service gratuit.

## Les facteurs qui ont contribué au succès d'Hotmail

Pour obtenir une telle croissance, il faut qu'il y ait différents facteurs.

Voici ce qui a permis à Hotmail de devenir un leader sur son marché.

- Dans les années 90, les personnes utilisaient l'email qui était fourni avec leur abonnement. Grâce à Hotmail, elles pouvaient dorénavant créer de multiples adresses emails gratuitement.
- Un autre avantage est que la personne pouvait avoir accès à sa boîte mails partout dans le monde et depuis n'importe quel ordinateur.

Un service gratuit accessible n'importe où, les internautes à l'époque n'ont pas mis longtemps à réfléchir et à créer leur compte.

## BUDWEISER



Moins connue qu'Hotmail, cette marque de bière a fait parler d'elle à la fin des années 90, dans différents médias, surtout sur internet et une fameuse vidéo qui a circulé sur tous les sites.

Je crois que c'est l'une des toutes premières vidéos virales. Vous devez la connaître, c'est le fameux « wassup » qui à la base est « *What's up ?* », c'est-à-dire *quoi de neuf ?*

Si vous avez oublié, [cliquez ici](#) et vous pourrez la voir.

Une vidéo simple, drôle et une nouvelle expression « wazza » apparue dans les cours d'école (*essentiellement*). Il faut noter que le produit est à peine évoqué. Ce qui provoque d'autant plus une forme de buzz.

Lorsque les gens trouvent ça rigolo, sans qu'il n'y ait réellement la présence d'une marque, cela va 2 à 3 fois plus vite.

Je me souviens qu'à sa sortie, un ami me l'avait envoyé et comme je l'avais trouvé sympa, j'en avais fait de même, même sans réellement comprendre ce qu'il y était dit.

J'ai ainsi participé au buzz réalisé par cette marque qui a misé sur l'humour pour faire connaître sa bière.

Les marques utilisent souvent l'humour dans leurs campagnes. La raison est simple, ce sont principalement les adolescents et les jeunes adultes qui possèdent des blogs ou échangent des vidéos entre amis.

En ajoutant une bonne dose d'humour, la marque attire l'attention et le buzz peut commencer.

Il existe de nombreux exemples que l'on pourrait citer. La publicité télé a également généré quelques beaux modèles. Ce sont ces publicités qui une fois vues font parler tout le monde. Souvenez des chimpanzés pour une la marque de lessive « OMO ».

# Quels sont les avantages et les inconvénients du marketing viral

Comme toutes les techniques de marketing, il y a des avantages, mais aussi des inconvénients et le marketing viral ne déroge pas à la règle.

Mais au final, le plus important est que les avantages soient plus importants que les désavantages et c'est le cas ici.

## Les avantages du marketing viral

Je pense que l'élément le plus important est le faible coût d'une campagne virale.

En effet, pour faire circuler l'information, il suffit :

- D'envoyer des emails,
- De participer sur des forums,
- D'écrire des articles et des communiqués de presse,
- D'ajouter un post sur son blog,
- D'ajouter un message sur les différents réseaux sociaux tel que Facebook ou Twitter,
- De créer une vidéo et de l'ajouter sur Youtube.

Pour conclure, toutes ces formes de promotion pour lancer une campagne sont gratuites.

Sachant qu'ensuite, ce seront vos partenaires et affiliés qui se chargeront de créer le buzz, la seule dépense au final, est le temps nécessaire pour « lancer la machine ».

Vos partenaires et affiliés sont le deuxième avantage, car ils réaliseront la promotion pour vous, et toute nouvelle personne qui achètera votre produit pourra à son tour, le relayer.

Cela reprend la forme d'une pyramide comme sur l'image que j'ai ajoutée au début de cet ebook.

Au final, chaque personne parle de votre produit sur différents forums, blogs, réseaux sociaux... vous gagnez ainsi en visibilité et le nombre de visiteurs (*par conséquent le nombre d'acheteurs*) augmente de manière exponentielle.

Une autre conséquence d'une bonne visibilité sur internet est qu'elle vous assure une certaine notoriété. Ce qui est un élément indispensable lorsque l'on vend quelque chose sur internet (*et en dehors aussi évidemment*).

C'est d'autant plus vrai, que certaines personnes ont toujours peur avant de passer commande sur internet (*crainte liée à la sécurité des paiements, aux arnaques du net...*).

Cependant, si cette personne se renseigne sur vous ou votre produit et qu'elle tombe sur une vidéo où vous vous présentez, vous présentez votre produit, cela peut vous rendre plus sympathique à ses yeux, mais surtout, vous ne vous cachez pas derrière votre écran d'ordinateur.

En poursuivant ses recherches, cette personne peut aussi tomber sur différentes critiques de votre produit, réalisées par vos partenaires ou affiliés, dans lesquelles ils donnent leur avis sur votre produit.

Tous ces éléments peuvent vous aider à conclure une vente qui au départ était mal engagée.

## Les inconvénients du marketing viral

Une campagne peut se dérouler parfaitement et atteindre tous les objectifs fixés comme être un gros « fiasco ».

Un exemple simple à comprendre que vous avez déjà dû constater lorsqu'un nouveau produit sort sur le marché, votre boîte mail est envahie de messages publicitaires vantant tous le même produit.

En fait, le pire est de recevoir le même email envoyé par 20 personnes différentes.

Je le constate à chaque fois qu'une foire aux cadeaux est lancée sur le marché francophone. Tous les participants (*enfin presque tous*) envoient l'email écrit par l'administrateur.

Au final, je ne prends même plus la peine de lire l'email, je le supprime immédiatement.

C'est ce qui peut arriver pour votre campagne, malheureusement ce problème n'est pas évident à régler.

Une solution serait de ne pas proposer d'emails formatés et laisser cours à l'imagination de vos affiliés.

Vous pouvez aussi essayer de préparer plusieurs exemplaires d'emails que vous alternerez sur la page d'outils de promotion.

Un autre élément qui peut se retourner contre vous, si votre produit n'est pas irréprochable ou bien votre service après-vente, c'est la mauvaise pub réalisée par des acheteurs déçus.

Au final, le buzz ne sera pas :

**« Découvrez vite ce nouveau produit, car il est de qualité et vous permettra d'atteindre vos objectifs »**

Mais plutôt :

**« Attention cette personne est un arnaqueur, ne surtout pas acheter son produit au risque de perdre votre argent »**

Je l'ai constaté surtout lorsqu'une personne ouvre un fil de discussion sur un forum pour parler, en mal, d'un produit ou d'une personne.

En moins d'une journée, la situation peut basculer.

Si cela vous arrive, il faut tout de suite intervenir pour régler le problème avant que la situation dégénère et que votre crédibilité soit détruite et par la même occasion votre business.

Si vous ne souhaitez pas vous retrouver dans cette situation, c'est très simple :

- Vous devez avoir un produit ou un service de qualité (*essayez même de proposer plus que ce qui est annoncé sur votre page de vente*).
- Vous devez être réactif lorsqu'une personne vous envoie un email. D'ailleurs, essayez de proposer plusieurs méthodes pour vous contacter, afin d'éviter les problèmes.

En respectant ces deux éléments, vous n'aurez aucun problème et votre campagne pourra se dérouler dans les meilleures conditions.

# Les différents acteurs du marketing viral

Je pourrai vous assaillir de mots techniques incompréhensibles pour la plupart d'entre vous, mais je ne le ferai pas.

Je suis là pour vous aider, non pas pour vous embrouiller l'esprit.

Pour faire simple, une campagne de marketing viral a besoin de différents acteurs afin de propager l'information sur internet.

C'est ce que l'on appelle le principe de la **pyramide consumériste virale** élaboré par les auteurs de livre « [Buzz marketing, les stratégies du bouche à oreille](#) ».

Pour une meilleure compréhension, je vais utiliser un exemple qui pourrait très bien exister.

Je vous présente Kevin P. jeune infopreneur qui vient de sortir son dernier ebook :



Il connaît le potentiel du marketing viral, il décide donc de l'utiliser pour réaliser la promotion de son ebook afin d'obtenir très rapidement des milliers de clients potentiels sur sa page de vente.

Voici les personnes qui vont l'aider.

## La personne d'influence

C'est un leader de son marché.

Cela fait plusieurs années qu'il opère sur le marché, il est donc considéré comme un expert, comme une personne de confiance.

C'est le fameux « gourou » (*terme souvent utilisé en marketing internet*).

Ce sont les premières personnes que Kevin P. va essayer de contacter.

### Pourquoi les contacter ?

- Vous pouvez obtenir des témoignages à ajouter sur votre page de vente afin d'améliorer son impact auprès de vos visiteurs.
- Si la personne d'influence est séduite par votre projet, vous pourrez obtenir des conseils afin d'améliorer encore votre produit ou votre stratégie de diffusion.
- En général, ces personnes possèdent une liste d'abonnés impressionnante. Ils pourront ainsi les prévenir lors de la sortie de votre produit.

**ASTUCE** : si vous souhaitez qu'ils vous remarquent, envoyez-leur un email pour vous présenter, pour présenter votre produit.

N'oubliez pas d'inclure le lien de téléchargement de votre produit afin qu'ils puissent le lire ou le tester.

Si vous ne le faites pas, il y a peu de chance pour qu'ils s'intéressent à votre produit.

## L'e-opportuniste

Bon c'est vrai j'ai utilisé un mot technique, mais ne vous inquiétez pas, c'est simple à comprendre. L'e-opportuniste ou e-arriviste est né avec les programmes d'affiliation. C'est un affilié, mais qui cherche à profiter des « buzz » du moment pour générer plus de commissions.

C'est le deuxième échelon de cette fameuse pyramide.

Cette personne va réaliser la promotion de votre produit uniquement pour toucher une commission sur la vente. Ce qui sous-entend qu'il ne vise pas, sauf « coup de cœur » (*ce qui peut arriver*) à promouvoir votre produit ou service sur le long terme. C'est pour cette raison que nous ne l'appelons pas simplement « affilié », mais « e-opportuniste ».

C'est-à-dire que si votre produit devient le buzz du moment (*buzz qui peut se produire si plusieurs leaders réalisent la promotion de votre produit à leurs listes*), vous pourrez obtenir des centaines d'affiliés qui relayeront l'information.

Bien entendu, pour motiver tout ce beau monde, il faudra les rémunérer. Ceci pourra se faire par l'intermédiaire de l'affiliation, que nous verrons un peu plus loin dans cet ebook.

## Le consommateur

Il a fait confiance aux experts ainsi qu'aux affiliés et il a décidé d'acheter votre produit.

S'il l'a apprécié, il pourra donner son avis sur votre produit et ainsi devenir un acteur (*conso-acteur*).

Il pourra, par la même occasion, monter dans la hiérarchie et devenir à son tour une personne d'influence ou un e-opportuniste selon son influence dans le marché.

Et ainsi de suite...

# Par où commencer ?

Comme vous avez pu le constater, le marketing viral ne manque pas d'intérêt lorsque l'on a un business afin de réaliser sa promotion.

En effet, il peut suffire d'envoyer un email à votre liste et vos abonnés se chargeront naturellement de relayer l'information à leur tour et ainsi de suite.

Même si à première vue, cela semble facile, il n'en est rien, tout doit être contrôlé :

- Le message que vous envoyez et que vous souhaitez faire passer.
- La durée de la campagne pour avoir un impact constant.
- La cible de votre message.

La difficulté réside dans le fait que vous ne pouvez pas forcer votre produit à être viral. Ce n'est pas vous qui décidez, mais les gens, comme l'explique [Gabriel Szapiro](#), spécialiste en e-marketing :

**« La spécificité d'une campagne virale tient au fait qu'elle s'autoalimente grâce à la participation active du public auquel elle s'adresse ».**

Je pense que vous avez compris la principale difficulté du marketing viral.

Si le destinataire de votre message ne fait pas circuler l'information, votre campagne tombe à plat et vous aurez réalisé tous vos efforts en vain.

La première étape est donc de chercher des personnes susceptibles d'être intéressés à relayer votre information, mais surtout, qui peuvent contacter plusieurs centaines voire milliers de personnes.

Gabriel Szapiro va dans mon sens :

**« Jusqu'ici, le marketing traditionnel disposait de cinq cibles connues : les acheteurs, les décideurs, les leaders d'opinion, les utilisateurs et les prescripteurs.**

**Mais l'usage d'Internet a entraîné l'émergence d'une nouvelle cible, celle des "influenceurs".**

**Ils constituent l'élément-clé du marketing viral, car, en exprimant leur opinion sur un produit, sur une marque ou une entreprise, ces consommateurs, très actifs en ligne, font basculer la décision d'achat ».**

Il est temps pour vous de trouver les leaders de votre marché, mais aussi de définir votre stratégie de rémunération des affiliés et de ces personnes d'influence.

Voyons ensemble la méthode à employer.

# Incitez les personnes à la propagande grâce à l'affiliation

Comme le dit Gabriel Szapiro :

« *Toute opération virale doit procéder d'une stratégie d'appât* »

Pour résumer, si vous souhaitez que les autres personnes vous aident, il suffit de leur proposer un pourcentage sur les ventes (*en général, c'est du 50 %*).

## Aidez vos affiliés à promouvoir votre produit

Si vous souhaitez aider vos affiliés afin qu'ils amènent plus de trafic ciblé sur votre site, vous pouvez créer plusieurs outils de promotion.

Voici quelques exemples :

- Rapport gratuit personnalisable (*les affiliés pourront ainsi ajouter leur lien d'affiliation dans le rapport*).
- Annonces Adwords + liste de mots clés.
- Bannières à ajouter sur un site ou un blog.
- Emails à envoyer à sa liste.
- Articles à ajouter sur son blog ou sur les sites spécialisés.
- Signatures publicitaires pour réaliser la promotion dans les forums.

Il est rare de trouver tous ces outils de promotion (*en tout cas, sur le marché francophone*).

Pourtant, ils peuvent être d'une grande aide pour les affiliés qui débutent sur votre marché.

Il est vrai qu'utiliser les mêmes outils que plusieurs centaines de personnes aura moins d'impact qu'un email écrit spécialement pour la réalisation de votre produit.

Cependant, ces affiliés vous aideront tout de même à améliorer votre visibilité très rapidement. Élément indispensable pour une campagne de marketing viral réussie.

Bien entendu, l'affilié ne fera rien sans rien en retour. Il est donc temps de parler de la « rémunération ».

## Motiver les troupes

L'expression peut paraître très militaire, mais dans une bonne propagande, c'est une armée de personnes qui sera à votre service.

La plupart des marketers craignent cette partie et ne comprennent pas réellement l'impact que peut avoir une bonne rémunération sur leurs affiliés.

Pourtant, ils agissent comme eux. En proposant de faibles commissions, le marketer souhaite gagner plus. Une équation peu appliquée semble pourtant très intéressante.

Prenons un exemple. Vous souhaitez diffuser un produit valant 50 €, vous proposez pour ce faire une commission à vos affiliés de 10 %. Gain par vente pour eux = 5 €... ça ne laisse pas rêveurs et ce n'est guère motivant.

Combien d'exemplaires allez-vous vendre ? Ceux que vous arriverez à vendre. L'affiliation n'aura pas de grands effets.

Vous l'aurez compris, plus vous augmentez le taux de commission, plus vos affiliés relayeront votre produit. Un minimum de 30 à 50 % est nécessaire pour motiver les personnes.

L'équation est simple, vaut-il mieux vendre 10 produits et gagner 90 % de la valeur initiale ou 100 produits et ne gagner que 50 % ?

Appliquons cela à notre exemple. 10 ventes x 50 € = 500 €, 90 % de 500 € font 450 € pour vous. Dans l'autre cas : 100 x 50 € = 5000 € et 50 % de 5000 € font 2500 € pour vous !

Maintenant, vous me direz que générer 10 ventes vous semble plus facile que de générer 100 ventes. C'est vrai. Mais l'effet de levier de votre affiliation n'aura pas non plus le même impact.

Le travail pour vous sera pratiquement le même. Il s'agira de trouver 10 clients directs. Vous aurez compris la suite, en proposant 10 % de commissions, le relais ne se fera pas ou très faiblement. Si vous proposez 50 %, vos clients peuvent jouer le relais et finalement déclencher une ou plusieurs ventes et ainsi de suite.

Je pense que vous comprenez l'impact que peut avoir la rémunération et l'importance du levier que peut être l'affiliation pour la croissance de votre business.

### Les plateformes d'affiliations :

Il existe des plateformes d'affiliation que vous pouvez utiliser pour démarrer, telles que :

- [1TPE](#) - qui compte environ 32000 affiliés
- [Promety](#) - Plateforme multi-fonctionnalités
- [Fribix](#) - plateforme récente permettant également la gestion des abonnements
- [Paykoo](#) - la dernière-née

Je ne saurais vous recommander d'héberger et de gérer vous-même votre programme d'affiliation. Il existe de très bons outils dont fait partie le programme « [post affiliate pro](#) »

## Un outil intéressant à mettre en place

Voici une méthode utilisée par Mike Filsaime (*expert américain en marketing internet*) pour son produit *The 7 Figure Code*.

Le principe est simple : créer un blog réservé aux affiliés.

Vous pouvez retrouver son blog à cette adresse : <http://the7figurecode.com/blog/>

Dans ce blog vous pourrez :

- Créer des vidéos pour vous présenter, pour présenter votre produit.
- Donner des méthodes afin de réaliser la promotion de votre produit.
- Connaître les problèmes rencontrés par vos affiliés.

Le rôle de ce blog est que vos affiliés se sentent plus proches de vous.

Dans ces conditions, vos affiliés seront plus efficaces, car ils sauront que vous êtes une personne sérieuse et ainsi ils n'hésiteront pas à recommander votre produit.

## Techniques pour donner envie à vos affiliés de créer le buzz

Tout est bon pour créer une propagande de taille. Nous allons voir ici 2 techniques qui peuvent porter leurs fruits et générer des ventes supplémentaires. Ces techniques peuvent aussi être combinées, pour de meilleurs résultats.

### Tech # 1 #

La première est tout particulièrement intéressante lorsque vous n'avez pas encore de véritable liste. Elle nécessite d'avoir des partenaires, mais aussi d'avoir prévu un système de vente avec plusieurs produits. Certains nomment cela un « entonnoir », j'appelle cela la « vente arrière ».

Pour rappeler le principe, il s'agit de ne pas se contenter de vendre un seul produit, mais plusieurs, à vos clients. Vous créez un produit dit « d'appel » pour les amener à s'enregistrer sur votre liste et ensuite vous mettez en œuvre un système marketing qui vous permet de générer plus de profits à partir du même client. Ce point est tellement important que j'ai créé un rapport spécial sur le sujet : **Ventes subséquentes**.

Alors, si vous avez prévu un dispositif marketing avec au moins 2 produits, pourquoi ne pas sacrifier les bénéfiques du premier en faveur d'une liste importante et toute neuve.

Imaginez que vous offriez 70 % des ventes du premier produit à vos affiliés et/ou partenaires (*certaines vont même jusqu'à offrir 100 %*), vous obtiendrez des retombées plus que conséquentes. Ajoutez à cela que votre premier produit sera vendu comme un produit d'appel, c'est-à-dire avec un prix allant de 7 à 27 € par exemple et que votre second produit, qui devra être le produit principal, soit vendu 47 €.

Vous pouvez maintenant reprendre notre équation développée plus haut et faire vos comptes. Vous ne gagnerez pas grand-chose sur le premier produit voire rien du tout, mais tout se fera sur la vente de votre produit principal.

Si vous n'avez qu'un produit principal à diffuser et souhaitez explorer cette méthode, vous pouvez proposer le produit de quelqu'un d'autre, sous réserve qu'il soit récent et pas encore « sur diffusé » sur le net. Mieux encore, vous pouvez très rapidement créer un produit d'appel en utilisant des produits en droits de label privé.

L'avantage de ce genre de produits est qu'ils sont déjà écrits et vous pouvez entièrement les personnaliser. Je vous recommanderai personnellement de les adapter et de les modifier afin qu'ils semblent uniques. C'est un concept tout neuf en France, pour ma part j'utilise de plus en plus ce genre de produits, que ce soit pour créer des produits dits « d'appel » ou « principal ».

## **Tech # 2 #**

Pour encore plus motiver vos affiliés, vous pouvez récompenser ceux qui génèrent le plus de ventes sur une période donnée.

C'est ce qui se fait assez communément dans les activités commerciales hors ligne. Prenez l'automobile par exemple, de nombreux challenges ou concours commerciaux sont mis en place afin de motiver les vendeurs. Ils peuvent gagner des voyages, weekend, séjour, etc.

Les lots à gagner ne doivent pas forcément être de cette importance et peuvent être numériques.

C'est une méthode peu utilisée sur la toile francophone. Mike Filsaime l'a utilisée à plusieurs reprises afin de booster son réseau de distribution. Et les résultats ne sont pas fait attendre.

De nombreuses stratégies peuvent être utilisées et un grand nombre peuvent et seront encore trouvées, pourquoi pas par vous.

Soyez innovant et tentez tout ce que vous pouvez et n'oubliez pas que l'effet recherché est de **motiver vos affiliés pour qu'ils fassent votre promotion.**

Une fois que votre ou vos produits sont prêts et que votre stratégie de rémunération est définie, il est temps de trouver les personnes influentes de votre marché, de les contacter et de tenter de les rattacher à votre cause.

# Trouver des Partenaires

Si vous réussissez à mettre en place des partenariats avec plusieurs personnes très influentes sur votre marché avant le lancement de votre campagne, vous pourrez :

- Obtenir des milliers de visiteurs ciblés en quelques heures sur votre site.
- Obtenir de nouveaux abonnés à votre liste, si vous ajoutez un formulaire sur votre site.
- Réaliser la première vente quelques minutes après le lancement de votre campagne.

## Où puis-je trouver ces personnes ?

Ces personnes peuvent être des personnes que vous suiviez déjà dans le cadre du développement de votre propre formation ou par vos différentes activités sur Internet.

Il peut s'agir de quelqu'un à qui vous avez déjà acheté un ebook auquel votre produit apporterait un plus. Vous pouvez aussi contacter vos parrains dans vos activités de MLM, affiliations, etc.

Ouvrez les portes, certaines personnes vous diront ne pas être intéressées, mais aideront à entrer en contact avec une personne bien plus influente dans votre domaine.

Voici 5 méthodes efficaces pour sélectionner les personnes susceptibles d'être intéressées par votre offre de partenariat.

- **Les forums** : cette méthode est très efficace, mais peut prendre un peu de temps, car il faudra lire les différents messages postés sur le forum pour trouver le ou les partenaires.

L'avantage de cette solution est que la personne va donner son avis sur tel ou tel sujet. Vous pourrez donc savoir si elle

partage le même point de vue que vous. Si c'est le cas, vous rentrerez plus facilement en contact avec elle.

- **1tpe.com** : comme les produits sont classés par niche, la recherche de partenaires est simplifiée. Il suffit de visiter chaque site pour, dans un premier temps, obtenir le nom de la personne.

Essayez d'en savoir un peu plus sur elle avant de lui envoyer un email. Vous pouvez taper comme mot clé son nom et regarder s'il y a des avis négatifs sur l'un de ses produits. Le succès de votre partenariat dépendra de sa crédibilité sur internet.

Vous pouvez aussi regarder sur ces deux sites qui reprennent le même principe que 1tpe.com :

- <http://www.fribix.com/>
- <http://www.paykoo.com/>
- **Les témoignages** : cette méthode n'est pas très utilisée, pourtant c'est sûrement la plus efficace, je m'explique.

En général, lorsqu'une personne donne son témoignage, cela signifie qu'elle est partenaire avec le créateur du produit.

Donc il est intéressant de rentrer en contact avec cette personne, car il y a de grandes choses pour qu'elle soit prête à donner son avis sur votre produit et peut-être faire sa promotion.

Évidemment, la qualité de votre produit déterminera en grande partie le succès de votre partenariat.

- **La liste opt in** : peut-être la méthode la plus rapide, puisqu'il suffit d'envoyer un email à votre liste pour présenter votre produit et par la même occasion votre offre de partenariat.

Si vous avez une liste, vous regardez sûrement le nom des personnes qui s'inscrivent et vous avez peut-être remarqué qu'une personne « connue » s'est inscrite. Si c'est le cas, il sera plus facile pour vous d'entrer en contact avec elle, car elle vous connaît et connaît vos produits.

- **Les moteurs de recherches** : pour contacter mes premiers partenaires, j'ai utilisé cette méthode que je vais vous expliquer étape par étape :
  1. Entrer comme mot clé, sur Google, le nom de votre niche.
  2. Cliquez sur les 10 premiers résultats ainsi que ceux d'Adwords.
  3. Visitez les sites pour savoir si le contenu est semblable au vôtre.
  4. Contactez le webmaster, présentez-vous et dévoilez votre offre de partenariat.

En utilisant chaque de ces 5 méthodes, vous trouverez rapidement vos premiers partenaires.

Il suffit ensuite de rentrer en contact avec eux.

Dans l'email que vous enverrez, voici les éléments indispensables à mettre :

- Une présentation rapide de vous, votre parcours.
- La présentation de votre produit.
- Qu'est-ce que vous attendez de cette personne.
- Parler de la contrepartie.

Ce dernier point est très important, car même s'il existe des personnes sur internet prêtes à vous aider bénévolement, 95 % des autres personnes que vous contacterez voudront une contrepartie en échange de la promotion de votre produit.

Il faudra évidemment proposer à ces personnes une commission plus importante que celle proposée à vos affiliés. N'oubliez que si vous ne vous êtes pas trompé de personne, elle fera une très grande partie de votre promotion, mais elle provoquera également un grand nombre d'inscriptions, de ventes et d'affiliés.

# Un outil indispensable dans votre arsenal : l'ebook viral

Un ebook viral ?

C'est tout simplement un ebook de 10-15 pages que vous distribuerez gratuitement sur internet.

Cet ebook vous permettra d'obtenir du trafic, car vous aurez inclus au préalable des liens dans le contenu qui redirige les personnes vers votre site.

## Étape 1 : écrire votre ebook

Pour ce type de produit, vous pouvez écrire quelque chose de relativement court. Comme je l'ai indiqué en introduction, en général, les ebooks viraux font une quinzaine de pages.

Cependant si votre produit principal coûte relativement cher, vous pouvez écrire un peu plus, car vous n'empiétez pas sur le contenu de votre produit payant.

Dans tous les cas, les informations présentes dans cet ebook doivent être concises et de qualités.

En effet, le rôle de cet ebook n'est pas de donner tous les conseils que vous connaissez sur un thème (*les produits payants sont plus adaptés pour remplir cette tâche*), mais de donner envie au lecteur d'en apprendre plus.

Le but au final est d'inciter le lecteur à cliquer sur le lien présent dans votre ebook qui le redirige vers le site souhaité.

## Étape 2 : le rendre viral

La solution est simple, il suffit d'autoriser les personnes à partager votre produit avec leurs connaissances ou plus généralement en l'envoyant aux abonnés de leur liste.

C'est pour cela qu'il est important que votre ebook soit de qualité, sinon les personnes ne prendront pas le risque de le partager ce qui pourrait avoir un impact négatif sur leur notoriété.

Pour signaler aux possesseurs de votre ebook que vous les autorisez à le donner, vous pouvez ajouter un texte du genre :

***Vous êtes autorisé à distribuer gratuitement cet ebook à votre liste, vos amis, votre famille.***

***Cependant, il vous est interdit de modifier le contenu sans un accord de ma part.***

À ce stade, vous avez un ebook qui est pratiquement terminé. Il vous suffit d'ajouter encore un élément qui incitera les personnes à le distribuer.

Normalement, vous avez mis en place un système d'affiliation et votre produit sert à promouvoir votre site.

Il vous suffit alors d'utiliser un logiciel permettant aux affiliés d'inclure leur nom, un lien vers leur site, mais surtout leur lien d'affiliation.

Pour les deux premiers éléments, il suffit d'ajouter un texte comme :

***Cet extrait vous est offert gratuitement par Kevin Pincher***

Pour permettre la personnalisation à vos affiliés de votre ebook, vous pouvez utiliser ce logiciel :

<http://www.viralpdf.com/ClassicEdition/>

## Des erreurs à éviter

Pour vous éviter certains désagréments, voici une liste de différentes erreurs que vous pouvez être susceptible de faire lors de la création de votre ebook viral.

### Ne pas utiliser de pages de redirection pour vos liens d'affiliations.

En général, les personnes lorsqu'elles écrivent un ebook viral, ajoutent leurs liens d'affiliations (*vous pouvez autoriser vos affiliés à ajouter les leurs lorsqu'ils personnaliseront votre ebook*).

Cependant, si vous ajoutez directement le lien fourni par le programme d'affiliation et que ce lien est modifié plusieurs semaines après la publication de votre ebook viral, lorsque le lecteur cliquera sur ce lien, il sera redirigé vers une page d'erreur.

Autre cas de figure, le vendeur décide d'utiliser un autre service, par exemple passer de 1tpe à Fribix.

La solution est de créer une page sur votre site qui redirigera la personne vers votre lien d'affiliation.

Donc s'il y a un changement, il suffit de modifier la page et le lien présent dans votre ebook fonctionnera toujours.

Voici le script que j'utilise pour créer une page de redirection :

```
-----  
<html>  
<head>  
<title>le nom du produit</title>  
<meta http-equiv="refresh" content="2;URL=http://www.votre-lien-d-  
affiliation.com">  
<script>  
url='http://www.votre-lien-d-affiliation.com';  
if(document.images) { top.location.replace(url); }  
else { top.location.href=url; }  
</script>  
</head>  
<body>  
</body>  
</html>  
-----
```

Il suffit de modifier le texte en rouge, le titre de la page ainsi que votre lien d'affiliation.

Ensuite, il vous suffit d'ajouter ce texte dans votre bloc note et de nommer ce fichier : **paypal.html** (*si je souhaite faire une redirection vers Paypal™*).

### **Donnez des détails trop précis.**

Il y a quelques semaines en lisant un ebook viral anglais, l'auteur présentait un site et il avait écrit :

**« Découvrez dès aujourd'hui ce service inédit et profitez d'une offre spéciale de -50% »**

Le problème est qu'une fois arrivée sur le site, l'offre spéciale n'était plus d'actualité.

En effet, certains ebooks sont encore présents sur le marché même plusieurs années après leur publication.

Si le contenu est de qualité et que les informations sont toujours d'actualités, les personnes (*surtout les débutants*) peuvent le distribuer à leurs abonnés, même 2 ans après sa sortie.

### **N'ajoutez pas des informations que vous pourriez regretter.**

Pour écrire cet ebook, j'ai dû réaliser de nombreuses recherches afin de vous fournir les meilleures informations.

Parfois, on peut trouver des histoires « marrantes ».

Voici l'une d'entre elles.

Un marketer américain, en créant son ebook viral, a ajouté son numéro de téléphone.

Après la publication de son ebook, il commença à recevoir des appels à toute heure de la journée et même la nuit (*décalage horaire oblige*).

Si vous ne souhaitez pas vivre la même histoire, vous savez ce qu'il vous reste à faire.

Autre point important qui reprend le même principe que vos liens d'affiliations.

À la place d'indiquer les différents éléments pour vous contacter, je vous conseille de tout simplement inclure un lien qui les redirige vers une page contact.

En effet, vous n'êtes pas sûr d'utiliser la même adresse email dans un ou deux ans.

Il ne faudrait pas qu'une personne essaye de vous contacter sur une mauvaise adresse email et conclût que vous êtes un arnaqueur, car vous ne répondez pas à ses emails (*ce genre de conclusion arrive très vite sur internet*).

# Utilisez un script « tell a friend »

Une méthode de marketing viral encore peu exploitée est l'utilisation d'un script *tell a friend* (Parlez-en à un ami).

Ce script est simple d'utilisation et en quelques minutes, vous pourrez l'ajouter sur l'une de vos pages.

## Le principe du script

Ce script permet à une personne d'indiquer :

- Son nom,
- Son email,
- Le nom de ses amis (*en général 3 personnes*),
- Leurs emails,
- Le texte à envoyer (*un texte est généralement écrit par le vendeur*).

Lorsque le destinataire reçoit l'email, il ne le considérera pas comme du spam, car il voit le nom de son ami et non le vôtre.

Grâce à cette astuce, vous augmentez le nombre d'emails ouverts, par conséquent, le trafic venant de ces emails sera plus important, car lorsqu'un ami nous recommande un produit, on est beaucoup moins méfiant.

Méthode un peu sournoise, mais très efficace et pour vous, c'est le plus important.

Voici un exemple :

Votre nom :  Votre Email :

Le nom de vos amis

L'email de vos amis

1

2

3

Sujet :

Bonjour [[nom\_ami]], visite ce site...

Message :

```
Bonjour [[nom_ami]],  
  
Je viens de découvrir un super site pour créer  
sa liste très facilement.  
  
De plus, tout le contenu est gratuit (il suffit  
que tu t'inscrives).  
  
Voici le lien :  
http://www.site-internet.com  
  
Amicalement,  
[[votre_nom]]
```

## Prévenir vos amis

Le contenu de l'email est très simple, mais c'est surtout pour vous montrer le script.

Si vous décidez d'utiliser cet outil, il faudra essayer de créer un texte un peu plus développé.

Voici les éléments à travailler pour améliorer l'impact des emails sur la personne :

- Présentez rapidement le site ou le produit pour ne pas surprendre la personne.
- Dire pourquoi ils doivent absolument cliquer sur le lien (*ce sont les avantages de votre offre*).

N'oubliez pas, vous ne vous adressez pas personnellement à ces personnes, mais c'est la personne qui contacte ses amis. Il faut donc se mettre à sa place.

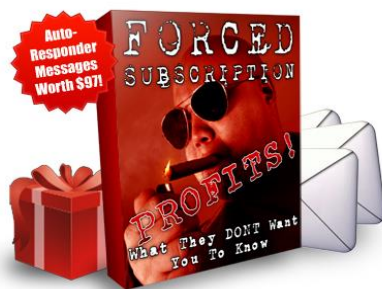
## Comment inciter les personnes à utiliser le script ?

Je ne sais pas si vous êtes comme moi, mais si j'arrive sur une page qui me demande de faire la pub du site en échange de... rien, il y a peu de chance pour que je le fasse.

La solution est d'offrir quelque chose pour remercier les personnes qui prennent le temps de faire la pub de votre offre.

Voici un exemple (*source : forcedsubscriptionprofits.com*) :

### **Attendez.. J'ai Un Cadeau GRATUIT Pour Vous D'une Valeur De \$97!**



J'aimerais vous offrir un pack d'emails très puissants que vous pouvez ajouter directement dans votre auto-répondeur et toucher des commissions de manières automatique.

Ils font la promotion des meilleurs produits présents sur ClickBank dans la niche du marketing internet et au lieu de les vendre, je souhaite vous les donner gratuitement !

Tout ce que vous avez à faire est de parler de mon site à 3 de vos amis et je vous envoie un email avec le lien de téléchargement ! C'est aussi simple que ça !

## Les erreurs à éviter

Même si cette technique peut vous apporter du trafic en continu et de manière automatique, vous devez faire attention à ne pas commettre ces 3 erreurs :

- **Ne pas expliquer le concept du script.** Je pense que vous l'avez remarqué, mais ce script est encore très peu utilisé sur le marché francophone.

C'est-à-dire que le visiteur va arriver sur la page et ne comprendra pas ce qu'il doit faire.

Il est donc important d'expliquer à la personne le principe de ce script et éventuellement lui détailler les différentes choses qu'il doit faire :

1. indiquez votre nom ainsi que votre email.
2. Indiquez le nom et l'email de 3 amis qui peuvent être intéressés par mon offre.
3. Ensuite, cliquez sur le bouton « prévenir mes amis ».
4. Vous recevrez un email de ma part avec le lien de téléchargement de votre bonus.

- **Ne pas être généreux avec les personnes.** Si en contrepartie d'une publicité gratuite, vous offrez un ebook disponible gratuitement partout sur internet, est-ce que la personne va prendre le temps de prévenir ses amis ? Non.

Vous devez offrir un produit unique en rapport avec votre offre (*n'allez pas proposer un cadeau sur différentes recettes de cuisine si votre offre payante concerne le marketing internet*).

- **Ne pas proposer d'autre possibilité.** Si vous ajoutez une page « parlez-en à un ami », il faut prévoir une sortie si la personne ne souhaite pas utiliser le script.

Il suffit d'inclure un lien à la fin de la page qui redirige les personnes vers une page de vente, une page de téléchargement... suivant votre stratégie de départ.

Par exemple :

***Non merci, je ne suis pas intéressé par votre cadeau d'une valeur de XX€...***

Il serait judicieux aussi de les prévenir en haut de la page qu'ils peuvent, s'ils le souhaitent, sauter cette étape et aller directement à la page suivante.

Alors intéressé pour mettre en place ce script ?

Si vous décidez de l'employer, expliquez clairement le principe aux visiteurs, car il serait dommage de perdre des personnes en route, sous prétexte de ne pas pouvoir comprendre ce que vous attendez d'elles.

Tant que ce genre d'outils n'est pas démocratisé sur le marché francophone, il faudra procéder ainsi.

À défaut d'un service en ligne français permettant de générer ce genre de scripts, je vous livre les quelques liens trouvés, mais non testés, sur le sujet :

<http://www.perspectiveweb.fr>

<http://www.elec-informatique.com/tellafriend>

Vous trouverez d'autres sites vous proposant ce genre de service sur le web anglophone en faisant une recherche sur « tell a friend script » ou « tell a friend generator », par exemple celui de Mike Filsaime.

# D'autres méthodes à exploiter

Les méthodes que j'ai détaillées jusqu'à maintenant ne sont qu'une partie de tous les outils mis à votre disposition pour faire parler de votre offre.

Voici d'autres solutions que vous pouvez utiliser suivant vos compétences pour créer le buzz.

## La vidéo

La vidéo est maintenant omniprésente sur le marché anglophone, sur les squeeze pages, pages de vente...

Tous les experts disent que le taux de conversions augmente grâce à la vidéo.

Vous devez donc vous mettre, dès aujourd'hui, à la création d'une vidéo.

Suivant votre marché et la cible visée, vous pouvez soit créer une vidéo orientée vers l'humour (*comme l'exemple de Budweiser*) ou faire une vidéo sérieuse si vous décidez de l'ajouter sur votre site.

Cette vidéo peut vous servir à :

- Vous présenter,
- Énoncer les problèmes rencontrés par les personnes sur votre marché,
- Donner les avantages de votre produit et dire qu'il peut résoudre leurs problèmes.

Ensuite, il ne vous reste plus qu'à ajouter votre vidéo sur un site en ligne comme :

- <http://www.youtube.com/>
- <http://www.dailymotion.com/fr>

- <http://www.vimeo.com/>

Si vous ne savez quel site utiliser, il suffit d'ajouter la même vidéo sur chacun des sites et de regarder la qualité finale (*il peut avoir une grande différence à la fin*).

Une idée possible est d'ajouter des vidéos comme outils de promotion pour vos affiliés, présentant votre offre.

Ainsi, vos affiliés pourront les ajouter sur leurs sites ou blogs et l'impact auprès des visiteurs sera meilleur qu'un simple texte.

## Créer un blog

En utilisant un blog ainsi que quelques outils complémentaires, vous pourrez améliorer votre visibilité sur les différents moteurs de recherches.

Je vous conseille d'utiliser le script gratuit Wordpress à installer sur votre serveur : <http://www.wordpress-fr.net/>.

Voici deux extensions utiles pour voir vos articles très rapidement indexés par les moteurs de recherches :

- <http://wordpress.org/extend/plugins/all-in-one-seo-pack/>
- <http://wordpress.org/extend/plugins/google-sitemap-generator/>

Une fois que vous avez ajouté votre article sur votre blog, vous pouvez le signaler sur plusieurs sites, qui vous permettront d'obtenir du trafic ciblé.

Ce sont les sites de bookmarking social. J'ai trouvé des sites qui donnent une liste de ces services :

- <http://www.conseilsmarketing.fr/referencement/top-50-des-digg-likes-et-sites-de-social-bookmarking-nov-fevrier>
- <http://www.labo.atypicom.fr/actualite-des-ntic/nationale/internationale/le-classement-des-25-premiers-digg-like-francophones-aout-2009-2009080302.html>

## Les flux RSS

Voici une autre méthode pour obtenir du trafic ciblé sur votre site ou plus généralement sur votre blog.

A chaque fois que vous mettez à jour votre blog, les personnes qui se sont inscrites à votre flux RSS recevront un message pour leur signaler les nouveaux articles.

Ainsi, vous gardez facilement le contact avec vos lecteurs et vous entretenez une bonne relation.

Élément indispensable pour que les personnes méfiantes se laissent tenter par votre offre, mais aussi lorsque vous voudrez vendre un second produit à vos clients.

**Attention :** pour que cette méthode soit efficace, vous devez fournir des conseils pertinents et des techniques de qualités.

En effet, si la personne est prévenue d'une mise à jour de votre blog et qu'à chaque fois c'est pour réaliser la promotion de vos produits, elle se désabonnera très rapidement.

## Les réseaux sociaux

C'est une autre technique pour entretenir les relations avec vos abonnés ou clients pour qu'ils se sentent plus proches de vous.

Voici deux sites :

- <http://fr-fr.facebook.com/>
- <http://twitter.com/>

Lorsque vous aurez une liste d'amis importante sur Facebook et des centaines de followers sur Twitter, vous pourrez commencer à réaliser la promotion de votre business.

Mais avec modération. En effet, les réseaux sociaux ne sont pas le lieu idéal pour réaliser de la publicité. Facebook a néanmoins élargi les possibilités par le biais des groupes et des pages promotionnelles.

Ce sont avant tout des lieux d'échanges et de réseautage. Privilégiez avant tout la création d'un réseau, si vous intéressez les autres personnes, elles visiteront votre page de profil, page dans laquelle elles trouveront des liens vers vos sites.

Si vous souhaitez en savoir plus sur les deux plateformes sociales les plus en vogue, j'ai publié deux ouvrages à leur sujet : [Twitter Booster](#) et [Facebook, la Force Marketing](#).

## Les articles

Lorsque vous écrivez des articles, vous pouvez ajouter à la fin « une biographie ». En général, on utilise cette partie pour inciter les lecteurs à cliquer sur un lien.

Il suffit d'écrire plusieurs articles relatifs à votre offre et d'ajouter à la fin un lien vers votre site avec une phrase qui attire l'attention.

Lorsque vous les avez terminés, vous pouvez les ajouter sur des sites spécialisés comme :

- <http://contenu-gratuit.com/index.php>
- <http://www.articlesenligne.com/>
- <http://www.contenulibre.com/index.php>

Le côté viral, vient du fait que vous autorisez par la publication de vos articles sur ces sites, les personnes à ajouter votre article sur leur site, blog, newsletter...

La seule condition est de ne pas modifier son contenu ni les liens de l'auteur.

Cependant, il existe d'autres possibilités pour faire connaître vos articles, vous pouvez :

- Offrir les articles à vos abonnés pour qu'ils les réutilisent.
- Compiler les articles en ebook gratuit que vous offrez à votre liste ou sur vos sites.
- Contacter des personnes qui gèrent un blog et leur proposer vos articles en exclusivité.

## Les communiqués de presse

Le communiqué de presse est un excellent outil pour booster votre trafic lorsque vous sortez votre produit, mais aussi pour améliorer votre crédibilité.

Voici quelques astuces afin d'écrire un bon communiqué de presse :

- Votre titre doit attirer l'attention. Vous pouvez par exemple l'écrire sous forme de réponse à une question.
- L'introduction doit résumer le communiqué, mais de manière à donner envie à la personne de continuer la lecture.
- Pour le corps du communiqué, vous pouvez énoncer les problèmes courants présents dans votre niche et dire que votre produit est la solution.
- Avant de vous lancer dans l'écriture, le plus simple est de regarder ce que font les autres personnes et de vous inspirer des meilleurs.

Voici différents sites vous permettant de publier vos communiqués de presse :

- <http://www.communique-de-presse-gratuit.com/>
- <http://www.buzzibuzz.com/fr/>
- <http://www.communique-de-presse.fr/>

## Les forums

Pour réussir la promotion de son produit de manière virale en utilisant les forums, il est important de ne pas oublier une chose : le forum est avant tout un endroit pour échanger et non pas un lieu pour faire la promotion de son business.

La meilleure solution est de participer activement aux sujets qui vous intéressent.

Lorsque vous configurez votre compte, il suffit d'ajouter un lien vers votre site dans la signature.

Ainsi, si les autres personnes trouvent vos interventions intéressantes, elles cliqueront sur votre lien et découvriront votre site.

Les forums sont aussi une bonne manière de se faire remarquer par vos confrères afin de mettre en place des partenariats dans un futur proche.

Maintenant, si vous souhaitez faire la promotion de votre produit de manière indirecte, vous pouvez créer un fil de discussion sur le thème de votre produit.

Si les autres intervenants apprécient le sujet et viennent participer à leur tour, vous pouvez rapidement créer un buzz sur ce forum et avoir plusieurs centaines de visiteurs chaque jour sur votre site grâce au lien dans votre signature.

# Conclusion

Lorsque vous avez terminé votre produit :

- Définissez votre stratégie d'affiliation
- Contactez les personnes influentes de votre marché.

Si votre produit est de qualité (*élément indispensable afin d'espérer créer le buzz*), il peut rapidement devenir « le produit à avoir ».

J'ai pu constater que sur le marché du marketing internet, cela marchait par cycle. Pendant 2 semaines, tous les acteurs du marché feront la promotion d'un même produit, puis il sera remplacé par un autre.

Un succès éphémère je vous l'accorde.

Cependant, plus vous serez connu et plus la durée d'exposition maximale sera importante. Ne vous inquiétez pas si la première fois le buzz ne prend pas, il faut un peu de temps, surtout si vous débutez sur internet.

Vous avez maintenant toutes les informations pour lancer votre campagne de marketing viral avec succès.

Le principal au départ est de vous faire remarquer par vos confrères, de commencer à nouer des liens avec de futurs partenaires et de maîtriser toutes les techniques décrites dans cet ebook.

Vous pouvez également inverser le processus. Dans cet ouvrage, nous avons construit une stratégie autour d'un produit, mais en partant d'une niche de marché, il vous suffit de trouver l'idée du produit et de l'adapter ensuite à une stratégie de marketing.

Cette méthode vous permet d'avoir un succès quasiment garanti. Bien entendu, la maîtrise de la stratégie, des partenaires et une certaine rapidité d'action sont des atouts.

Mais pensez-y, car cela peut être judicieux et n'hésitez pas à vous servir de produits déjà écrits, comme les droits de label privé, ils peuvent vous faire gagner énormément de temps et vous ouvrir de bien belles.

Je connais certaines personnes qui ont déjà adopté cette méthode et à chaque nouveau produit c'est un succès toujours grandissant.

Soyez innovant, testez, osez et communiquez avec les personnes d'influences de votre niche de marché ou des marchés que vous visez. Certaines vous donneront volontiers un coup de main.

N'oubliez jamais que votre campagne ne sera relayée que si votre produit est de qualité ou divertissant. Tout le reste : rémunération, bonus ou cadeaux ne seront qu'un démultiplicateur du processus de propagation.

Pensez-y et visez le long terme pour votre activité. Le gain immédiat est bien, mais n'oubliez pas que vous pouvez gagner 10 fois, 100 fois plus par la suite.

**Dernier conseil :** vous avez toutes les cartes en main, maintenant c'est à vous de jouer.

À votre succès,

Michel Morin