



Vous aussi, Devenez Infopreneur

NOTE JURIDIQUE:

L'éditeur s'est efforcé d'être aussi précis et exhaustif que possible dans la création de ce rapport, bien qu'il ne garantisse pas, que le contenu soit exact en permanence en raison de l'évolution rapide d'Internet.

Bien que toutes les informations fournies dans cette publication aient été vérifiées avec la plus grande attention, l'éditeur n'endosse aucune responsabilité quant aux erreurs, omissions ou interprétations contradictoires concernant le sujet de ce document. Tout affront à une personne particulière, gens ou organisations serait involontaire.

Dans les guides, comme toute autre chose dans la vie, il n'y a aucune garantie de revenus. Les lecteurs sont avisés de faire appel à leur bon sens en fonction de leur situation individuelle et d'agir en conséquence.

Ce livre n'est pas destiné à être utilisé comme source d'ordre juridique, commerciale, comptable ou financière. Les lecteurs sont invités à recourir aux services de professionnels compétents dans le domaine juridique, comptable, entrepreneuriat, et financier.

TABLE DES MATIÈRES

TABLE DES MATIÈRES.....	3
1.0 Vous aussi, Gagnez avec Internet.....	6
1.1 Obtenir un prix d'achat exceptionnel.....	6
1.2 Définissez votre présence sur le web.....	7
1.3 Lettres de vente efficaces.....	9
1.4 Trouver des pistes.....	10
1.5 Apprenez le jargon.....	11
2.0 Stratégies & Tactiques Gagnantes Des Droits De Revente.....	14
2.1 Vendre avec succès un produit avec droits de revente.....	14
2.2 Partager les droits de revente de vos e-books pour des bénéfices maximum	16
2.3 Attirer les clients avec des «Cadeaux Gratuits» pour maximiser les bénéfices des droits de revente.....	17
2.4 Suivis des ventes (et remboursements) pour satisfaire vos clients et augmenter vos bénéfices	19
2.5 Créez un réseau de sites (page Web) pour lancer une campagne marketing de droits de revente à grande échelle avec succès.....	20
2.6 Stratégies de revente – un service client et un service de livraison de qualité supérieure	21
2.7 Stratégies de revente – connaître ses points forts.....	23
2.8 Stratégies de revente – se servir des blogs pour se répandre partout.....	24
2.9 Stratégies de revente – rédiger des articles promotionnels.....	26
2.10 Stratégies de revente – faire de la pub auprès de votre public cible.....	27
3.0 Où Trouver d'Excellents Produits Ayant des Droits De Revente.....	29
3.1 Comment obtenir des produits d'excellente qualité en rejoignant des sites à adhésion payante	29
3.2 Comment obtenir des produits d'excellente qualité via les auteurs et designers eux-mêmes	30
4.0 Conclusion.....	32
4.1 Droits de revente: conseils et astuces.....	32
4.2 Entrer en concurrence sur le marché des droits de revente.....	33
Ressources Recommandées.....	35

NOTE DE L'ÉDITEUR

Nous vous recommandons de lire cet e-book avec la dernière version d'ACROBATE READER que vous pouvez télécharger gratuitement en cliquant sur ce lien: <http://www.adobe.fr/products/acrobat/readstep.html>
Vous aurez ainsi accès sur la bande verticale noire à gauche de la fenêtre du PDF aux liens cliquables de la table des matières. Vous pourrez également visualiser toutes les pages de cet e-book.
Nous vous souhaitons une agréable lecture

Vous aussi, Devenez Infopreneur

Achetez et Revendez des Produits Numériques pour Exploder vos Revenus!



1.0 Vous aussi, Gagnez avec Internet

1.1 Obtenir un prix d'achat exceptionnel

Comme tout revendeur ayant réussi vous le confirmera, il ne suffit pas d'avoir un produit ou service d'exception commercialisable sous votre propre nom. Il faut aussi maximiser vos bénéfices sur chacune des unités vendues. Un des moyens qui vous assure de gagner le maximum sur chaque vente est de commencer par obtenir un prix d'achat exceptionnel auprès de votre fournisseur.

Quand vous recherchez des articles ou services que vous pouvez vendre sur Internet ou sur d'autres supports, vous vous rendrez rapidement compte qu'un revendeur dispose de nombreuses et diverses manières pour définir un accord avec un fournisseur.

Un des modèles existants consiste à ce que le fournisseur fixe le prix au détail et que le revendeur touche une commission sur chaque vente. Bien qu'il s'agisse d'un système viable, il ne laisse aucune place à la créativité au revendeur.

En définissant un accord de revente avec un pourcentage sur le prix d'achat, cela vous permettra d'être bien plus créatif qu'avec un modèle à prix fixe plus commission. Prenons l'exemple des appels téléphoniques longue distance. Vous obtenez un prix de 0.01€ par minute auprès de votre fournisseur.

Rapidement, vous trouvez dix clients, vous leur offrez un prix de 0.05€ par minute. Au cours du premier mois, vos dix clients génèrent un total de dix mille minutes longue distance. Le coût pour ce trafic est de 100.00€. Votre bénéfice s'établit donc à 400.00€.

En reprenant le même scénario, votre fournisseur vous offre un prix fixe de 0.04€ par minute, avec 10% de commissions sur toutes les ventes. Ces mêmes dix clients qui vous avez fait gagner 400.00€ avec le modèle précédent, ne vous rapporteraient ici qu'une commission de 40.00€. Laquelle préférez-vous?

En plus de vous laisser la liberté de gérer vos revenus, les pourcentages sur le prix d'achat vous laissent également la liberté d'être concurrentiel aussi bien au niveau du prix qu'au niveau de la qualité du produit ou service que vous revendez. Vérifiez auprès de vos fournisseurs la possibilité de pratiquer un pourcentage sur le prix d'achat.

1.2 Définissez votre présence sur le web

Vous voulez commercialiser et revendre vos propres produits ou services en ligne? Très bien! On peut gagner beaucoup d'argent en tirant profit des énormes possibilités d'Internet. Une des premières choses à faire est la création d'un site web ou d'une page de vente qui feront efficacement la promotion de votre offre, tout en restant très accessibles aux entreprises des secteurs que vous ciblez.

Beaucoup trop de web-entrepreneurs commettent l'erreur de créer une page d'accueil pour leur site Web chargée de textes, de graphiques et d'animations qui, au final, découragent les gens de jeter un œil à ce qu'ils ont à offrir. Gardez à l'esprit que les gens sont occupés et disposent d'une courte période d'attention. Vous n'avez que quelques secondes pour capter leur attention et la retenir.

Si votre site nécessite une tonne de bande passante pour se charger complètement ou si le visiteur doit parcourir un tas de trucs pour trouver ce qu'il cherche, vous laissez filer votre chance.

Rendez votre site attractif et séduisant, mais n'oubliez pas que la simplicité sera toujours une aide précieuse.

En plus de rendre votre page d'accueil accueillante et facile à parcourir, vous devez rendre chacune des pages relatives à vos offres, informatives, sans être trop«verbeuses».

Vous devez donner suffisamment de détails pour que le client sache ce que vous avez à offrir et en quoi cela peut lui être bénéfique, mais il n'est pas nécessaire

d'écrire tout un roman sur l'histoire et le fonctionnement du service ou produit que vous vendez.

Des exemples d'applications sont toujours efficaces. Orientez vos applications en fonction de l'audience que vous ciblez, mais glissez aussi une ou deux utilisations d'ordre plus générale.

Vous ne savez jamais si un prospect est seulement à la recherche d'une affaire pour lui, pour un club ou une organisation religieuse ou autre. Utilisez des exemples d'utilisations clairs, concis et n'utilisez ni jargon, ni mots à la mode qui pourraient créer la confusion dans l'esprit de vos prospects et clients.

Rappelez vous que votre site web ou votre page de vente sont peut-être la première impression que vous et votre entreprise donneront aux clients potentiels. Faites que cette première impression soit la raison qui les fera revenir et non s'enfuir dans la direction opposée.

1.3 Lettres de vente efficaces

Pour le web-entrepreneur, retenir l'attention d'un prospect dès les tous premiers mots de sa lettre de vente est impératif. Peu importe que vous repreniez le contenu de votre site web, de votre page de vente, le texte de vos emails promotionnels ou des publicités que vous avez propagées sur Internet. Ne pas parvenir à intéresser un prospect rapidement signifie que vous n'aurez quasiment jamais de seconde chance. C'est pourquoi votre lettre de vente doit être claire, perspicace et séduisante, tout cela à la fois.

Écrire une très bonne lettre de vente peut se faire de deux manières. La première option, écrire vous même votre lettre de vente. Cette solution à l'avantage de mettre en avant vos connaissances du produit, ce qu'il peut apporter comme bénéfices, et comment il peut faciliter la vie d'un grand nombre de personnes.

Ainsi, vous pouvez facilement démontrer pourquoi votre entreprise est l'endroit parfait pour profiter de ces offres merveilleuses.

Bien sûr, vous n'avez peut-être aucun don pour l'écriture. Dans ce cas, il est dans votre intérêt de choisir la seconde option: faire appel à un professionnel, un copywriter, pour rédiger votre lettre de vente.

Un professionnel avec le talent pour créer une lettre de vente et les autres documents marketing sera capable de s'asseoir avec vous et d'en apprendre rapidement et suffisamment sur vous, votre entreprise et votre gamme de produits pour préparer une lettre efficace qui pourra servir à toutes sortes de choses.

De l'ensemble des idées trouvées, vous en ressortirez avec du contenu utilisable sur votre site web, des brochures électroniques, des pubs en ligne et de quoi adresser du courrier en direct.

Compter une dépense assez conséquente si vous voulez vous offrir les services d'une personne talentueuse pour vos lettres de vente. C'est une dépense sur laquelle il ne faut pas lésiner, sinon mieux vaut envisager la difficile composition de votre propre lettre.

1.4 Trouver des pistes

Bien que certaines entreprises ne puissent être en mesure d'adopter la philosophie «construisons et ils viendront», le fait est que ça ne fonctionne pas pour vous et votre entreprise de revente. Avant que vous ayez le moindre client, vous devez faire connaître votre nom et celui de votre entreprise aux gens. Cela signifie exploiter les pistes de vente. Voici quelques suggestions pour dénicher ces pistes.

Les pistes les moins chères à trouver, d'un point de vue financier, seront de faire la recherche vous-même. Heureusement, il existe de nombreuses associations professionnelles qui ont des listes de membres auxquels vous pouvez avoir accès avec plus ou moins de facilité. Par exemple, supposons que vous avez désigné comme cible idéale les cabinets d'avocats pour les produits ou services que vous revendez.

Chaque région dispose d'associations d'avocats. La plupart d'entre elles ont un site équipé de moteur de recherche, ce qui vous permettra de trouver toutes les informations et coordonnées que vous souhaitez pour faire du démarchage par téléphone, par email ou courrier direct.

Alors qu'il faudrait compter un certain temps pour dresser une liste utilisable pour du mailing, vous avez ici de grandes chances de trouver un certain nombre de clients de valeur en un court laps de temps.

Si vous ne voulez absolument pas faire ces recherches vous-même, vous pouvez toujours vous adresser aux vendeurs de listes personnalisées. Une mise en garde cependant concernant ce genre de listes. Sans aucun doute, à un certain moment, tous les contacts de ces listes ont du être vérifiés et qualifiés.

Toutefois, vous vous rendrez compte qu'un certain nombre de pistes ne sont plus à jour. Gardez aussi à l'esprit que la liste que vous achetez est également disponible à la vente pour d'autres. Néanmoins, c'est un moyen rapide d'obtenir une liste téléchargeable et de vite passer à la promotion de votre entreprise.

Vous pourriez même profiter des contacts obsolètes pour trouver, communiquer et vendre à de nouveaux contacts.

En faisant croître votre entreprise, l'un de vos atouts les plus précieux sera les recommandations des clients satisfaits. N'hésitez jamais à demander à vos clients de servir de référence et de vous autoriser à mentionner leurs noms lors de votre dernier contact. Cela peut vous ouvrir des portes instantanément qui, autrement, auraient pu vous demander beaucoup d'efforts.

Soyez proactif à faire connaître aux gens le plus rapidement possible le nom de votre société et vos produits, ainsi vous verrez rapidement votre entreprise prendre son envol.

1.5 Apprenez le jargon

Si vous envisagez sérieusement de gagner de l'argent en tant que revendeur en ligne, vous devez connaître exactement le sens de certains des termes utilisés dans le milieu des revendeurs. Voici quelques définitions rapides pour vous aider à démarrer.

En tant que revendeur, vous souhaitez pratiquer la revente d'un bien ou service qui est en fait fourni par une autre entité. En bref, vous souhaitez protéger ce que l'on appelle les droits de revente. Les droits de revente s'appliquent à des produits matériels, des services et des produits numériques comme les logiciels et les E-Books.

En règle générale pour les produits matériels et les services, vous serez le canal par lequel le fournisseur remplit ses carnets de commandes grâce à vos ventes, et en échange il vous offre une commission de quelque nature. Ces produits et services peuvent être de marque privée ou non, selon les termes des droits de revente que vous avez mis en place avec le fournisseur.

Avec les produits numériques, il y a des chances que vous les ayez obtenus pour un montant forfaitaire, soyez libre d'en reproduire autant d'exemplaires que vous voulez en vendre. Avec le numérique, il n'existe pas d'interaction avec le fournisseur et l'argent qui rentre sur ces ventes vous revient directement.

Il existe plusieurs genres de droits de revente. Les droits de revente basiques vous permettent de passer un contrat avec un client pour lui fournir un produit ou un service, mais le client n'a pas le droit de vendre à son tour, le produit ou le service à un tiers. Vous conservez le droit de vendre le produit ou le service.

Les droits de revente Maîtres vous permettent de vendre aux clients des biens ou des services mais aussi de passer des accords avec eux pour qu'ils puissent, à leur tour, revendre ses biens ou services à leurs propres clients.

Vous pouvez choisir d'ajouter cette option à votre offre quand votre client commande de gros lots de marchandises, ou bien vous pouvez vendre cette option séparément quand quelqu'un souhaite passer par vous pour créer son propre business de revente.

Les droits de label privé entrent aussi en jeu. Certains revendeurs préfèrent commercialiser un produit ou service sous leur propre nom plutôt que le nom du créateur ou de l'auteur. C'est une pratique qui existe depuis très longtemps et dans tous les domaines d'activités, des télécommunications aux céréales que vous achetez au supermarché.

Faire un label privé signifie simplement que votre fournisseur vous autorise à commercialiser un produit ou un service sous la marque de votre choix, au lieu d'avoir à le faire sous le nom d'origine.

Il existe beaucoup d'autres termes, d'abréviations, et d'expressions récurrentes que vous rencontrerez au fur et à mesure que vous pénétrerez le monde de la revente, y compris certains qui seront uniques et propres au produit et service de votre domaine.

A chaque fois que vous entendez un terme qui ne vous est pas familier, mettez un point d'honneur à trouver de quoi il s'agit. Plus vous en savez et plus vite vous atteindrez vos buts et rencontrerez la réussite.

2.0 Stratégies & Tactiques Gagnantes Des Droits De Revente

2.1 Vendre avec succès un produit avec droits de revente

Vous venez donc d'acquérir récemment les droits de revente maîtres de ce que vous croyez être l'une des futures meilleures ventes du marché des E-books mais vous n'avez aucune idée, de par où commencer.

Bien sûr, il y a des tas de sites Web en tout genre vers lesquels vous pouvez vous tourner pour tenter de rapidement vous former aux rudiments du marketing des droits de revente, mais tous ces sites demandent un paiement en échange de leurs informations.

Et quelle garantie avez-vous quant à la crédibilité de leurs techniques? Après tout, qui veut payer cinquante à deux cents euros juste pour apprendre quelques trucs sur le métier et le commerce?

Si vous voulez maximiser les bénéfices grâce au produit avec droits de revente que vous venez juste d'acheter, vous devez lire et même bien lire ci-dessous ce qui est écrit, car c'est l'un des conseils les plus importants qui soit pour les personnes dans votre situation, qui veulent démarrer la vente avec droits de revente. .

Pour la première étape, vous devriez faire un peu vos propres recherches pour voir à quoi ressemble la concurrence. Sortez, visitez les sites Web qui vendent des E-books, comme celui en votre possession et vérifiez à quels prix ils les vendent. Vous pouvez en apprendre vraiment beaucoup en regardant simplement ce que les concurrents font et ce à quoi vous n'aviez peut-être pas pensé.

Une fois que vous connaissez le terrain, vous devriez commencer à modifier le produit en fonction de vos besoins pour le faire sortir du lot. Comme vous

n'avez peut-être pas, dans le droit de label privé, la possibilité de modifier le contenu de l'E-Book, vous devriez plutôt essayer de façonner et retravailler la marque, le nom, la couverture ou l'emballage de l'E-Book que vous avez à revendre.

Même si vous n'apportez que quelques minimales modifications, insignifiantes en apparence, il y a des chances que ces changements aient un impact positif et significatif sur la quantité de personnes qui dépensera de l'argent pour votre produit.

Trouvez un nom commercial accrocheur, attirant, facile à retenir, ajoutez quelques exemples éblouissants, des avantages et bénéfices de votre produit et assurez vous d'agrémenter votre site web de quelques graphismes qui couperont le souffle de vos clients.

2.2 Partager les droits de revente de vos e-books pour des bénéfices maximum

Chaque fois que quelqu'un achète les droits de revente maîtres d'un E-Book, il semble qu'il oublie instantanément ce qu'il peut faire de ces droits et ce qui lui est interdit.

C'est pourquoi il est primordial que vous fassiez vos propres recherches afin de savoir exactement quels types de droits vous acquérez pour vous-même lorsque vous achetez ces droits de revente d'E-Books.

Trop souvent, les revendeurs pensent que tout ce qu'ils peuvent faire, c'est vendre l'E-Book tel quel, dans sa forme originale - mais généralement, ce n'est pas le cas.

Afin de maximiser les bénéfices que vous pouvez réaliser suite à l'achat de droits de revente d'un E-Book, vous devez être totalement conscient de ce que vous pouvez et ne pouvez pas faire avec les E-Book en votre possession.

Comme indiqué dans un paragraphe précédent, l'une des meilleures choses à faire pour augmenter les ventes d'un E-Book est de le rebaptiser en quelque chose de beaucoup plus attrayant pour les acheteurs potentiels - mais ce n'est que la partie visible de l'iceberg.

Une autre astuce géniale, si vous voulez retirer le plus de profit possible d'un E-Book dont vous avez acheté les droits de revente, consiste à diviser l'E-Book en plusieurs parties plus petites. Si vous achetez les droits de revente d'un E-Book, Il y a des chances que celui-ci ait plusieurs chapitres.

Afin d'augmenter le potentiel de vos profits, vous pouvez faire de chacun de ces chapitres de plus petits E-Books, plus ciblés et que les gens s'arracheront auprès de vous. Une fois que vous avez vendu à vos clients le premier mini E-Book que vous avez créée, assurez-vous de bien faire la promotion des autres mini E-Books et l'argent affluera en un rien de temps.

Ou bien encore, vous pouvez pousser la division des droits de revente d'un E-Book encore plus loin et transformer des chapitres, des paragraphes biens écrits ou d'autres points importants des E-Books que vous possédez en articles que vous pouvez vendre à très bas prix ou même offrir pour faire la promotion et accroître l'intérêt de l'E-Book principal que vous allez proposer.

En offrant des produits ayant de très courts textes à des prix qui ne sont pas de nature à effrayer quiconque, vous pouvez énormément augmenter les profits de votre E-Book au fil du temps.

2.3 Attirer les clients avec des «Cadeaux Gratuits» pour maximiser les bénéfices des droits de revente

Attirer les clients afin qu'ils achètent des articles sur votre site se résume à une tâche - offrir aux clients un produit qu'ils veulent au prix qu'ils sont prêts à payer.

Souvent, cette tâche apparemment simple peut rapidement se transformer en un casse-tête redoutable quand vous essayez de décider exactement ce que vous devez faire pour adoucir l'offre pour vos clients tout en touchant des bénéfices suffisants pour vivre confortablement.

Toutefois, la réponse à votre question brûlante sur la manière de vendre autant que possible et gagner encore suffisamment d'argent pour vivre se résume à une simple solution - offrir à vos clients quelque chose de valeur et de gratuit.

Les clients adorent la sensation de recevoir quelque chose pour rien - c'est la raison pour laquelle les articles gratuits marchent aussi bien. Même si offrir quelque chose gratuitement va à l'encontre de votre modèle d'entreprise, c'est un excellent moyen de renforcer l'intérêt pour les autres produits qui pourraient être ensuite vendus et ainsi vous rapporter plus d'argent que vous ne l'auriez pu autrement.

Il existe quelques manières de tirer avantage des droits de revente maîtres d'E-Books ou d'autres produits électroniques afin de les vendre pour rien. La première façon de faire est d'offrir un package d'articles gratuits en plus d'un autre, meilleur et plus cher.

Par exemple, disons que vous avez acquis les droits de revente d'un splendide E-Book sur la photographie. Vous pouvez aussi avoir quelques E-Books de moindre importance qui parlent de sujets similaires ou complémentaires.

Au lieu d'essayer de les vendre tous les trois séparément, vous devriez faire un package du meilleur E-book et d'un moins bon, et dire que les E-books complémentaires sont des cadeaux offerts. Le package s'envolera de vos serveurs en un rien de temps.

Alternativement, vous pouvez utiliser les E-Books gratuits pour susciter l'intérêt d'un E-Book plus cher dont vous possédez les droits de revente. Mettez un formulaire d'inscription sur votre site pour permettre aux clients potentiels de télécharger gratuitement des E-Books de moindre importance ou de courts extraits de l'E-Book le plus cher, et vous pourrez ensuite leur proposer l'E-Book complet ou d'autres E-Books à acheter.

Faire de la publicité gratuite pour un E-Book cher dont vous êtes le propriétaire des droits de revente est un excellent moyen de maximiser vos bénéfices.

2.4 Suivis des ventes (et remboursements) pour satisfaire vos clients et augmenter vos bénéfices

Etablir de bons rapports avec vos clients devrait être un de vos objectifs prioritaires si vous voulez réussir dans la vente d'E-Books et d'autres formes de documents numériques.

Pendant que vous vous constituez une liste de diffusion détaillée pour informer vos clients des produits futurs et des autres objets que vous seriez amené à vendre sur votre site, vous pouvez faire d'autres choses pour vous assurer que vos clients aient une expérience positive qui les incite à revenir acheter vos autres produits.

Une des meilleures façons de vous assurer que vos clients sont contents et veulent acheter d'autres produits grâce à votre stratégie marketing de revente est de suivre chacune de vos ventes d'une lettre de remerciement. La lettre doit être bien personnalisée et donner de bonnes raisons à vos clients de vous apprécier comme vendeur.

Ne profitez pas de cette lettre pour parler et essayer d'introduire vos clients à d'autres choses à ce moment-là. Laissez-les juste jouir de leur produit pour l'instant. Mais n'oubliez pas d'envoyer une lettre de suivi quelques jours plus tard, ainsi vos clients seront certains que votre site est l'endroit idéal qui leur permettra d'obtenir toutes les informations numériques dont ils ont besoin.

Maintenant, si vous voyez que quelqu'un a visité votre site web et s'est inscrit sur votre liste – mais sans acheter l'E-Book pour lequel vous détenez les droits de revente, vous devez mettre un autre plan d'action en route si vous voulez maximiser vos bénéfices.

Envoyez à ces personnes une lettre «personnalisée», leur demandant les raisons qui les ont amenées à ne pas acheter votre E-Book et, en fonction de leurs

réponses, voyez si vous pouvez faire quelque chose pour rectifier la situation et en faire des clients.

Aussi, veillez à tenir également au courant les personnes qui n'ont pas acheté vos produits des articles à venir. Vous ne pouvez jamais savoir quel E-Book sera celui pour lequel ils seront prêts à payer.

2.5 Créez un réseau de sites (page Web) pour lancer une campagne marketing de droits de revente à grande échelle avec succès

Même si avoir un site pour héberger l'ensemble des E-books dont vous possédez les droits de revente est un bon début et facile à maintenir, il y a plusieurs raisons qui vous poussent à vous diversifier sur plus d'un site si vous voulez vraiment maximiser vos profits.

Pour commencer, une personne trouvera beaucoup plus difficilement un site web. Imaginez que vous êtes un client et que vous cherchez des E-Books sur la beauté ou des soins pour la peau. Vous serez immédiatement dirigé vers des sites plus établis qui vendent un seul produit car cela donne l'impression que ce produit a été conçu avec amour et attention, car c'est (en vitrine au moins) la seule offre de tout le site.

Si vous voulez que votre E-book se démarque de cette marée de concurrents, vous devez travailler dur à la mise en place de l'ensemble de vos pages web. Vous avez bien lu, l'ensemble de vos pages web. Pas seulement une, ni deux, mais une page pour chacun des e-books dont vous possédez les droits de revente.

Mais il ne faut pas s'arrêter là, vous devez aussi créer au moins une page qui propose des E-books de moindre envergure en package pour les personnes qui préfèrent la quantité à la qualité. Et, un réseau de pages web ne serait complet sans un autre site spécialement conçu pour revendre les droits de revente des E-books dont vous avez déjà fait la promotion.

Une fois que vous avez créé un immense réseau de pages web commerciales de droits de revente, vous devriez les relier ensemble pour que les gens puissent mieux naviguer d'une page à l'autre.

Ces liens ont aussi un autre objectif, ils permettent aux moteurs de recherche de réaliser que vos pages sont parmi les meilleures sur Internet (en raison des backlinks), et cela vous aidera à améliorer vos positions et rangs sur des sites comme Google et Yahoo! Bien que mettre en place autant de pages web représente beaucoup de travail, les gains le justifieront, car de plus en plus de gens sont prêts à acheter un E-Book qui semble disposer d'une page web qui lui soit uniquement consacré.

2.6 Stratégies de revente – un service client et un service de livraison de qualité supérieure

La seule chose à éviter d'avoir à intégrer dans votre modèle d'entreprise, est d'entamer une guerre des prix comme moyen de concurrencer les autres entreprises. Trop souvent, ce genre de stratégie a pour effet de baisser les prix au point que personne ne réalise vraiment de profit.

Au lieu de vous concentrer sur les prix, renforcer votre service client et veillez à fournir une prestation de services qui marque vraiment les esprits. Voici quelques exemples des choses que vous pouvez faire pour mettre en avant ces points aux clients potentiels comme aux clients qui reviennent vers vous.

Même si votre principal moyen de communication avec vos prospects et votre clientèle déjà existante se fait via votre site web et via des réponses à des questionnaires par email, essayez de rendre chaque échange aussi personnalisé que possible. Notez néanmoins que personnaliser ne signifie pas être familier ou trop personnel avec vos clients.

Cependant, vous ferez des étincelles quand vous appellerez le client par son vrai nom et quand vous vous adresserez directement à lui dans vos réponses à ses questions. Beaucoup trop d'organismes renvoient des réponses généralistes et passe-partout qui semblent répondre au plus près à la question posée mais sans jamais vraiment résoudre directement les problèmes de leurs clients.

Évitez les réponses toutes prêtes et assurez-vous que chaque échange montre qu'une véritable personne lit la question avant d'y répondre personnellement.

Sur votre site web, assurez-vous qu'il soit toujours aussi facile que possible pour vos prospects et vos clients de vous joindre. Proposez une page qui permet de renseigner les coordonnées des contacts ainsi qu'un champ pour les questions et les commentaires.

Promettez aux personnes qui vous contactent qu'ils auront une réponse en un laps de temps raisonnable, peut-être 24 heures, et assurez-vous qu'ils la reçoivent dans ces délais.

Même si le problème vous prend plus de temps à être résolu, informez le client sur le statut, pour qu'il ou elle sache que vous continuez à travailler sur la question et ce jusqu'à ce que le problème soit résolu.

Assurez-vous également d'être aussi clair que possible sur la rapidité de préparation et d'expédition de vos commandes. Un client appréciera bien plus de savoir qu'il faut peut-être compter jusqu'à cinq jours pour la livraison d'un produit que de lui laisser l'impression que le produit sera expédié dans les vingt-quatre heures, et qu'il découvre qu'il faudra compter trois jours de plus. Un service de livraison de qualité signifie être honnête sur ce que le consommateur est en droit d'attendre.

La règle générale à respecter en prestation de services et service clientèle est d'être honnête, agréable mais professionnel, et de ne jamais tenter de tromper le client. En faisant cela, vous créerez l'un de vos meilleurs outils marketing: la recommandation d'un client satisfait.

2.7 Stratégies de revente – connaître ses points forts

Ensuite viennent les stratégies de revente, une des tâches les plus basiques consiste à identifier les points forts de votre entreprise et de veiller à ce que votre public cible sache exactement quels sont ces points forts et pourquoi vous

êtes plus intéressant que vos concurrents.

Une bonne façon d'identifier vos forces se fait en s'asseyant et dressant une liste de ce que vous percevez comme forces et atouts au sein de votre entreprise en ce moment. Par exemple, quel est le temps moyen écoulé entre l'enregistrement d'une commande et son expédition?

Si vous vous rendez compte que vos commandes sont préparées et expédiées en quelques heures ou dans les 24 heures, vous pouvez définitivement considérer cela comme un point fort.

Avez-vous un bon taux de fidélité chez vos clients? Si c'est le cas, vous pouvez le faire savoir partout. Le fait que les clients restent avec vous en dit long aux prospects sur votre manière de traiter vos affaires.

Vous trouverez peut-être difficile au début d'identifier précisément par un exemple chacun de vos points forts. Vous pouvez peut être vous tourner vers certains de vos plus anciens clients et leur demander de citer des exemples des choses qu'ils apprécient vraiment chez vous et dans votre entreprise.

En même temps, vous pourriez obtenir quelques témoignages qui viendront renforcer votre outil marketing pour illustrer vos points forts. Cela ne fera que rendre votre entreprise plus séduisante auprès de vos clients potentiels.

Une fois que vous avez dressé une liste comptant au moins sept caractéristiques positives concernant votre entreprise et votre gamme de produits, avec des exemples et/ou des témoignages, rassemblés sur une page à mettre en vitrine sur votre site web, ceci montrera toutes les choses remarquables que votre entreprise réalise.

Vous pourrez réutiliser le même contenu dans vos emails ciblés, dans vos campagnes de communication directe aussi bien qu'en ligne. En mettant vos clients à contribution, vous verrez apparaître des points forts qui ne vous semblaient pas, a priori importants et qui le sont pour vos clients.

2.8 Stratégies de revente – se servir des blogs pour se répandre partout

Quand on regarde les moyens nouveaux et innovateurs pour faire connaître son entreprise, rien n'est plus efficace qu'un blog. Quotidiennement ou hebdomadairement, vous pouvez vous servir du blog pour mettre en lumière divers aspects de vos produits ou services, parler d'applications dans divers domaines et fournir d'intéressants petits conseils qui permettront à tous de voir les qualités de ce que vous vendez.

Les blogs ont tendance à attirer des gens qui aiment lire régulièrement des informations intéressantes, des avis et des commentaires. Comme vous proposez des idées concernant des articles intéressants sur votre blog, vous pouvez également, glisser des informations sur vos produits dans son contenu.

Vous pouvez le faire de manière discrète, lancez par exemple, une question qui permettra d'introduire naturellement vos produits et votre entreprise au fil de vos remarques du jour.

Avec le temps, ces allusions et mentions attireront l'attention des gens et attiseront leur curiosité, ainsi ils visiteront votre site web principal.

A d'autres occasions, vous voudrez que votre sujet du jour concerne une application spécifique de vos produits dans une profession particulière. Cela peut amener les gens à se dire que des applications similaires pourraient aussi être adaptées à leur cas.

Quand vous arrivez à faire réfléchir les gens sur comment vos offres pourraient leur servir dans leur environnement de travail, vous avez déjà ouvert la première porte pour réaliser une vente.

Des conseils d'ordre général pour les affaires comme les convenances, les comportements, les usages peuvent aussi attirer l'attention sur votre blog.

Si vous avez cette connaissance des affaires et pouvez donner des conseils sur: les différentes méthodes à employer dans les domaines de l'assistance clientèle, comment conduire des réunions, comment vous y prendre avec les discours de vente, etc. cela valorise et donne de l'importance à votre entreprise. Les gens

voudront connaître votre offre en raison de l'opinion positive qu'ils se sont forgés suite à la lecture des informations diffusées sur votre blog.

Gérer un blog demande des efforts et du temps. Mais le résultat final d'une bonne réputation auprès d'un large spectre de professionnels, couplé aux perspectives accrues de nouveaux clients peuvent vraiment en valoir le coup. Vérifiez dès aujourd'hui comment monter votre propre blog.

2.9 Stratégies de revente – rédiger des articles

promotionnels

Comme à peu près toutes les personnes en affaire le savent, on ne va pas loin avec le prix comme unique atout. Quand votre stratégie de vente se résume à être l'option la moins chère, vous finissez par avoir à travailler beaucoup plus dur pour réaliser un profit. Au lieu de baisser le prix, pourquoi ne pas employer d'autres méthodes pour que les clients potentiels entendent parler de votre entreprise?

Rédiger des articles qui s'adressent en particulier à ces clients et qui évoquent des applications possibles de vos produits ou services au sein de leur industrie est une excellente façon de vous faire connaître.

A titre d'exemple, supposons que vous vendez des cartouches à ruban utilisées dans les appareils de transcription. La justice est un secteur qui correspond naturellement à ce type de produit, car les transpositeurs à la cour mais aussi les personnes chargées des transcriptions médico-légales les utilisent.

Cela désigne ainsi deux marchés à couvrir, et tous deux ont justement des magazines spécialisés et de grandes associations nationales pour les personnes menant une carrière dans ce domaine.

Parce que vous connaissez parfaitement votre produit, vous pouvez facilement mettre sur pied un article de type «conseils utiles» à publier dans chacune de ces deux revues. Essayez de viser deux à trois cents mots, car les éditeurs cherchent souvent du contenu pour remplir leurs pages et ce nombre de mots est idéal pour terminer une page.

Evidemment vous mettrez dans ces conseils des références aux cartouches à ruban identiques à celles que vous avez. Vérifiez que vous pouvez y mettre une signature qui inclut le nom de votre entreprise, et l'adresse de votre site web.

L'intérêt que vous suscitez auprès du public ciblé viendra récompenser vos efforts et vous permettra de leur présenter votre produit, basé sur la qualité et non le prix.

En bonus, vous vous serez créé un nouvel outil publicitaire, car vous pouvez obtenir l'autorisation de publier la page où votre article a figuré et ainsi la montrer dans vos supports de vente et marketing.

2.10 Stratégies de revente – faire de la pub auprès de votre public cible

Si vous voulez faire grandir votre business sans compter uniquement sur le prix pour y arriver, une bonne idée consiste à monter une campagne de pub directe pour un public cible. Il existe plusieurs façons de réaliser cette campagne pour le type de clients que vous recherchez et ce, de façon très efficace.

Les magazines spécialisés d'une profession sont un bon moyen pour attendre votre public cible. Cela peut être fait avec de la publicité ou si vous parvenez à convaincre un des rédacteurs de faire un article sur vous et l'un de vos produits ou services qui ont trait à ce secteur, vous serez alors en mesure d'atteindre un grand nombre de décideurs très rapidement et facilement.

Rappelez-vous que quelque soit ce que vous mettez dans la publicité ou l'article, cela doit se rapporter à une utilisation quotidienne dans le secteur ou la profession, afin de conserver l'intérêt qui est généré par le simple fait d'être dans la revue.

Les Newsletters peuvent aussi être de bonnes options, surtout si vous visez les organisations à but non lucratif. Suivez la même stratégie qu'avec les magazines professionnels, et restez à l'affût d'un moyen pour apparaître aux yeux des clients que vous recherchez.

Beaucoup d'organismes à but non lucratif organisent de temps en temps des conférences et ont besoin de sponsors ou d'inviter des conférenciers. Offrez vos services et vous aurez de nombreuses occasions de parler avec toutes sortes de gens sur ce que vous et votre entreprise avez à offrir.

Les campagnes de courrier direct existent depuis pas mal de temps maintenant et produisent invariablement des résultats. Ne comptez pas sur un taux de retour élevé, cependant vous devriez obtenir suffisamment de nouveaux clients pour justifier le coût à très court terme. Assurez-vous que le courrier direct attire l'attention sur les éventuelles applications de votre produit ou service, de sorte que ce que vous avez à offrir touche immédiatement les utilisateurs finaux.

Cibler son public et personnaliser votre approche en fonction d'un secteur ou d'une profession en particulier vous aidera à vous construire une réputation qui vous amènera non seulement de nouveaux consommateurs, mais aussi de très fidèles clients. Essayez et vous vous rendrez rapidement compte que vous commencez à faire des étincelles.

3.0 Où Trouver d'Excellents Produits Ayant des Droits De Revente

3.1 Comment obtenir des produits d'excellente qualité en rejoignant des sites à adhésion payante

Vous ne pourrez jamais écrire assez de contenus originaux, dans votre vie entière pour être en mesure d'amasser des bénéfices à six ou sept chiffres. Ce n'est tout simplement pas faisable. Personne ne peut aller aussi vite. Personne n'est capable de faire toutes les recherches nécessaires pour enchaîner l'écriture d'E-Book après E-Book.

Mais vous avez entendu parler de commerçants, qui sont capables de réaliser ce genre de profits avec «leurs propres produits» - mais alors, comment font-ils? Ils profitent des sites dont l'adhésion est payante. Ces sites leur permettent de télécharger d'innombrables articles, livres électroniques et autres graphiques. Puis ils réalisent des profits en or en les mettant sur le marché et en utilisant une stratégie marketing gagnante.

Si vous voulez gagner gros dans le monde Internet, excepté si vous créez une superbe application web comme Google, MySpace ou YouTube, vous allez avoir besoin d'apprendre à utiliser à votre avantage ces sites à adhésion payante qui regorgent de produits de qualité.

Quel que soit le type de contenu que vous préférez, il y a un site quelque part que vous devriez envisager de rejoindre, afin que vous aussi puissiez maximiser vos profits, sans avoir à travailler d'innombrables heures sans relâche.

Les gens intéressés pour recevoir directement dans leur boîte de réception des packages complets à revendre pourront profiter de ces options incroyables en rejoignant ce type de site web. En adhérant à leur site web, vous aurez à portée de main d'incroyables produits, contenus, graphiques, et multimédia grâce à leur immense base de données.

Enfin, si vous êtes intéressés par des packages de graphiques et contenus à label privé tout prêts pour les mettre sur votre blog, dans votre campagne de marketing viral ou même pour les utiliser pour créer votre propre E-Book, alors vous avez besoin d'un site comme label-prive.biz qui peut vous fournir de nombreux contenus.

3.2 Comment obtenir des produits d'excellente qualité via les auteurs et designers eux-mêmes

Combien de fois êtes-vous tombé sur un incroyable package d'articles ou de dossiers, d'E-Books en label privé, dont vous étiez certain qu'il pourraient vous permettre de réaliser d'énormes bénéfices, mais pour lequel vous vous êtes rapidement rendu compte qu'ils avaient déjà été vendus depuis trop longtemps?

Vous manquiez alors une occasion d'engranger d'incroyables profits sans avoir quasiment aucun travail à effectuer, et vous juriez de ne jamais revivre la même chose à nouveau.

Ainsi, vous vous inscrivez sur le plus grand nombre de sources et listes de diffusion possible dans l'espoir d'avoir accès aux tous les nouveaux produits avec droits de revente du marché, et ce avant tout le monde - mais il s'avère que vous les trouvez encore bien trop tard.

Si vous en avez marre et êtes fatigué de toujours découvrir des produits exceptionnels trop tard, alors il est grand temps pour vous de trouver un nouveau moyen de vous y prendre dans vos affaires. Vous devez entrer en contact avec les auteurs eux-mêmes.

En allant à des conférences marketing et en rencontrant beaucoup de célèbres auteurs dont vous connaissez les E-Books qui ont été proposés avec droits de revente, vous serez en bien meilleure posture pour savoir quels types de produits vont sortir prochainement - et quand ils seront enfin sur le marché.

Cela peut vous donner un formidable avantage sur vos concurrents, car vous pourrez avoir votre tout nouveau site marketing prêt à l'emploi dès que le tout nouveau produit va sortir.

Même si vous ne pouvez pas vous rendre aux conférences pour rencontrer les auteurs en personne, essayez d'entrer en contact avec eux par email ou par téléphone. Les écrivains et les designers adorent avoir des admirateurs, et si vous pouvez les convaincre que vous aimez leur travail, ils vous livreront peut-être certains secrets sur le sujet de leur prochaine édition.

4.0 Conclusion

4.1 Droits de revente: conseils et astuces

S'enrichir sur le marché à fort enjeu des droits de revente est extrêmement difficile à réaliser et il faudra que vous profitiez de tous les conseils et astuces que vous pouvez trouver, ainsi que de votre sens inné à inciter le public à acheter vos produits.

Après tout, vous devez garder à l'esprit que, souvent, le marché des droits de revente est saturé par toutes sortes d'autres personnes qui vendent exactement le même produit que vous. Vous devez réfléchir et l'emporter sur la concurrence, et si vous voulez réussir vraiment, vous aurez besoin de toute l'aide que vous pouvez obtenir.

Il y a des chances, que si vous êtes vraiment intéressés pour entrer sur le marché des droits de revente, vous ayez déjà consulté des conseils et astuces divers et variés pour savoir comment devenir le meilleur vendeur possible. Bon, c'est un bon début, mais vous devez développer l'ensemble de ces idées si vous avez vraiment envie de réussir dans ce milieu féroce.

Comme vous revendrez le travail d'autres personnes, le premier tuyau dont vous devez vous souvenir est de garder un œil sur les produits à droits de revente dont les autres ignorent peut-être l'existence pour le moment.

Utilisez les moteurs de recherche pour dénicher des produits relativement peu connus et contacter les auteurs ou concepteurs directement pour voir s'ils pourraient vous donner des indices sur les produits à venir pour que vous puissiez être totalement prêt quand ils arriveront sur le marché.

De plus, trouvez une variété de ressources pour le contenu que vous avez choisi de vendre. Rejoignez les sites à adhésion payante pour avoir à portée de main une énorme quantité de contenu.

Utilisez ce contenu pour compléter tous les dossiers que vous vendez pour

rendre l'offre plus alléchante aux clients potentiels. Plus vous ajoutez de gratuits et plus vous risquez de faire de gros profits à long terme, lorsque vos clients reviendront pour toutes sortes de produits.

4.2 Entrer en concurrence sur le marché des droits de revente

Peu importe ce que vous essayez de faire pour vous démarquer des autres revendeurs de produits à droit de revente du marché, vous trouverez peut-être difficile de constamment faire venir les clients en masse.

Vous devez toujours rester au top si vous revendez des produits, car il y a des dizaines voir des centaines d'autres revendeurs qui vendent exactement le même produit et qui se battent pour exactement les mêmes clients. Mais si vous voulez vraiment maximiser vos bénéfices dans la revente, vous devez savoir comment prendre soin de tous ceux qui visitent votre site.

Faites qu'il soit attrayant pour que les clients restent vos clients et ils reviendront encore et encore pour l'ensemble de vos produits.

La première astuce dont il faut se rappeler pour rester compétitif sur le marché de la revente est de savoir comment s'y prendre pour que votre entreprise ressorte aux yeux du consommateur.

Rendez vos produits attirants – mais n'accablez pas vos clients potentiels de trop de faits ou de trop de discours de vente. Veillez à ce que vos graphiques soient séduisants pour les différents visiteurs, utiliser une palette de couleur agréable pour les yeux, et plus que tout, faites que la lecture de votre texte soit intéressante.

Assurez vous également que vos clients (même ceux qui n'ont rien acheté mais qui se sont inscrits à votre liste de diffusion) se sentent importants. Envoyez des lettres de remerciement. Donnez suite à leurs actions en leur fournissant des informations ou des cadeaux pour les amener à revenir pour d'autres produits.

Deuxièmement, vous devriez offrir des articles à vos clients qu'ils n'ont pas déjà vu un peu partout sur Internet, et vérifiez que vos prix sont honnêtes.

Pendant que vous vendez un E-Book exceptionnellement bien écrit qui est le plus en vue du moment, souvenez vous que d'autres vendent exactement le même produit.

Alors adoucissez l'offre et baissez un peu le prix, ajoutez des gratuits ou donnez à vos clients des genres de ristournes à valoir sur d'autres produits pour toute commande du produit principal que vous essayez de vendre. Mais surtout, ne vous retrouvez pas avec des prix pour vos produits plus élevés que chez vos concurrents.