



ACCORD DE DECHARGE DE RESPONSABILITE ET DE CONDITIONS D'UTILISATION

L'auteur et l'éditeur ont fait de leur mieux pour préparer cet exposé. L'auteur et l'éditeur n'offrent aucune représentation ou garantie du respect de l'exactitude, de l'applicabilité, de la justesse ou de l'état complet du contenu de cet exposé. Les informations contenues dans cet exposé sont strictement dans un but éducatif et informatif. Par conséquent, si vous souhaitez appliquer les idées contenues dans cet exposé, vous prenez la responsabilité totale de vos actions.

Tous les efforts ont été fournis pour présenter ce produit et ses potentiels avec exactitude. Pourtant il n'y a aucune garantie que vous vous améliorerez de quelque manière que ce soit en utilisant les idées et techniques présentées dans ce matériel. Les exemples de ce matériel ne doivent pas être interprétés comme une promesse ou une garantie de quoi que ce soit. Les potentiels de débrouillardise et d'amélioration personnelle ne dépendent que de la personne utilisant nos produits, idées et techniques.

Votre niveau d'amélioration pour atteindre les résultats cités en exemples, dépend du temps consacré à ce programme, aux idées et techniques mentionnées, à la connaissance et aux compétences variées.

Puisque ces facteurs diffèrent chez chaque individu, nous ne pouvons garantir votre succès ou votre niveau d'amélioration. Nous ne sommes pas non plus responsables de vos actions.

Beaucoup de facteurs seront importants pour déterminer vos résultats effectifs et aucune garantie n'est donnée que vous atteindrez des résultats similaires aux nôtres ou à ceux des autres. En fait, aucune garantie n'est donnée que vous atteindrez un quelconque résultat en utilisant les idées et techniques contenues dans notre matériel.

L'auteur et l'éditeur se déchargent de toute garantie (expresse ou implicite), de toute garantie d'aptitude à la vente ou dans un but particulier. L'auteur et l'éditeur ne peuvent être tenus pour responsables, vis-à-vis de qui que ce soit, pour tous dommages génériques, spécifiques, secondaires, punitifs ou tout autre dégâts consécutifs survenant directement ou indirectement de toute utilisation de ce matériel, qui est fourni « en l'état » et sans aucune garantie.

AVERTISSEMENT

Ce livre électronique contient des informations protégées par les droits d'auteur. Toute reproduction ou utilisation non autorisée de ce matériel est strictement interdite.

Les violations des droits d'auteur sont sanctionnées pénalement

Art. L. 335-1 à L. 335-10: La violation des droits d'auteurs est constitutive du délit de contrefaçon puni d'une peine de 300 000 euros d'amende et de 3ans d'emprisonnement (CPI, art. L. 335-2). Des peines complémentaires - fermeture d'établissement, confiscation, publication par voie d'affichage de la décision judiciaire - peuvent en outre être prononcées... Le code de la propriété intellectuelle entend par contrefaçon tous les actes d'utilisation non autorisés de l'œuvre...

Vous devez impérativement respecter les licences d'exploitation qui vous sont concédées.

Pour plus d'informations: jorge-nunes@label-prive-discount.com

Sommaire

| | |
|---|----|
| Couverture..... | 1 |
| Sommaire | 3 |
| Introduction:..... | 4 |
| Pourquoi Vendre des Infoproduits ? | 4 |
| Chapitre 1: | 6 |
| Choisir son Infoproduit..... | 6 |
| Chapitre 2: | 11 |
| Création de l'Infoproduits et de la Marque..... | 11 |
| Chapitre 3: | 14 |
| Créer Votre Infoproduit..... | 14 |
| Chapitre 4: | 19 |
| Fixer un Prix et Obtenir des Témoignages..... | 19 |
| Chapitre 5: | 26 |
| Vendre Votre Infoproduit..... | 26 |
| Conclusion | 29 |

Introduction:

Pourquoi Vendre des Infoproduits ?



Je vais vous montrer les secrets très simples pour créer des infoproduits efficaces et profitables. Ce sont les mêmes secrets qui sont utilisés par les gourous de ces infoproduits. Ils sont certes simples, mais aussi redoutablement efficace et très profitables.

Il existe tant d'avantages à créer des infoproduits qu'il est difficile d'en faire une liste exhaustive, mais en voici quelques exemples:

Les infoproduits sont extrêmement faciles à produire.

Les infoproduits sont extrêmement peu coûteux à produire.

Les infoproduits sont extrêmement lucratifs !

Lorsque vous débutez une affaire, la plupart du temps, vous commencez d'abord par vous endetter. Il se peut que vous ayez à acheter ou louer des locaux, acheter un stock, installer une

boutique, vous munir de technologies etc. et avant que vous vous en soyez rendu compte vous avez accumulé une dette de 40 ou 50 mille € avant même d'avoir commencé à vendre.

Vendre des infoproduits en ligne est une manière de monter votre propre affaire avec peu ou parfois PAS de frais.

De même les infoproduits sont très flexibles.

Vous pouvez les vendre à profit, les céder pour inciter les gens à adhérer à votre liste, les vendre à bas prix pour en faire une vitrine de vos talents et ainsi proposer des produits plus chers... Il y a une infinité de moyens pour utiliser les infoproduits pour créer un business sur internet.

Mais que veut-on dire en parlant d'infoproduit ?

Il s'agit de n'importe quel produit qui informe les gens, généralement c'est une solution à un quelconque problème. Les gens paient pour résoudre ce problème (mais pas pour éviter tous les problèmes!) Les solutions se vendent toujours très bien.

Par exemple un produit peut expliquer à une personne comment entraîner un chien, perdre du poids, créer un site web, traiter la mauvaise haleine, rencontrer des personnes du sexe opposé, poser une étagère, appliquer du maquillage ou peindre un portrait.

Un infoproduit peut être proposé sous forme de vidéos, sous forme d'ebook ou encore sous forme d'enregistrement audio. Certains types d'infoproduits se prêtent mieux à certains supports. Par exemple si vous voulez expliquer aux gens comment se maquiller vous aurez plutôt besoin d'un support visuel, et donc une vidéo serait plus appropriée. Un enregistrement audio ne conviendrait pas dans ce cas, et un ebook nécessiterait de présenter un grand nombre d'images.

Si vous voulez aider quelqu'un à rencontrer l'âme sœur, cependant, un e-book ou un enregistrement audio peuvent convenir.

Et si vous voulez expliquer à quelqu'un comment élever et entraîner un chien, un e-book imagé ou une vidéo conviendraient tous deux aussi bien.

Trouvez votre sujet, puis décidez du meilleur moyen de le présenter – ebook, audio ou vidéo etc.

Chapitre 1:

Choisir son Infoproduit



L'un des plus grands obstacles auquel les débutants en matière de vente sur internet sont confrontés est le choix du type d'infoproduit à créer.

Puisque vous souhaitez sans doute tirer profit de tout cela, vous devez de créer un infoproduit qui résolve un problème ou explique comment faire telle ou telle chose.

Résoudre des problèmes est très rentable. N'oubliez pas que la plupart des richesses ont été bâties à partir de solutions à des problèmes.

De même, vous voulez vous assurer un public-cible à forte demande pour ce produit, et aussi que ce public ait de l'argent à dépenser.

Ainsi, votre intérêt n'est pas de créer un infoproduit qui donne une solution à un problème insignifiant que seul un petit groupe de personnes y est confronté. Votre intérêt n'est pas non plus de créer

un infoproduit qui cible des personnes n'ayant pas d'argent à dépenser, comme les jeunes adolescents ou les enfants.

Voici une liste d'idées de produits populaires qui attireront toujours les foules. Apportez aux gens une solution vraiment utile à leur problème et vous obtiendrez une foule reconnaissante qui reviendra encore et encore vers vous :

Perdre du poids

Élever un chien

Prendre soin de ses animaux de compagnie

Traiter l'acné

Soigner les peines de cœur

Économiser de l'argent

Fusionner ses dettes

Éviter les saisies d'huissier

Fitness

Éducation des enfants

Fertilité

Gagner de l'argent sur internet

Augmenter le nombre de visiteurs sur un site web

Cela ne signifie pas que vous devez rester bloqué sur cette liste cependant. Si vous avez un talent et que vous pouvez l'enseigner à d'autres personnes (comme par exemple se maquiller ou peindre un portrait, dans l'artisanat ou dans le bricolage) par n'importe quel moyen vous devez créer un infoproduit autour de ce sujet.

Vous devez vous démarquer avec votre infoproduit, il faut développer une méthode qui permette aux gens d'apprendre rapidement et facilement, puis la mettre en valeur lors de la promotion de votre produit.

"Apprenez à Peindre des Portraits Facilement et Rapidement !"

"Photographiez Comme les Pros – Apprenez en Seulement Cinq Leçons !"

Vous saisissez l'idée?

Si vous cherchez encore des idées, essayez d'identifier ce dont les consommateurs potentiels peuvent avoir besoin. Cela peut se faire en cherchant sur Google et en visitant des forums ou des blogs en lien avec le domaine dans lequel vous voulez créer un produit (élever son chien, perdre du poids, forums de rencontre...)

Voilà une façon de trouver ce dont les gens ont besoin : allez sur Google et tapez "comment" ou "comment faire" dans la barre de recherche.

Voici quelques exemples de ce que vous pourriez trouver sur les premières pages:

Comment faire l'amour...

Comment devenir riche...

Comment séduire...

Comment grossir...

Comment draguer...

Comment faire l'amour...

Comment maigrir...

Comment monter son PC...

Comment arrêter de fumer...

Comment arrêter de fumer...

Parmi les idées de produit il pourrait y avoir la perte de poids, ou comment arrêter de fumer avec l'hypnose, ou si vous êtes croyant, un produit qui aide à renouer avec sa spiritualité.

Ou encore un manuel qui donne des conseils pour créer un site "Google-friendly", si vous avez des connaissances à propos du référencement par les moteurs de recherche.

Ne soyez jamais rebutés par le fait que le produit puisse déjà exister.

En fait, c'est au cas où il n'existe aucune autre version du produit que vous devriez vous inquiéter. Cela veut sans doute dire qu'il n'y a pas de marché pour ce produit.

Il n'y a pour ainsi dire "rien de nouveau sous le soleil", mais les personnes qui s'intéressent à un domaine particulier tendent à acheter BEAUCOUP de produits concernant ce domaine, et il y a toujours de nouveaux arrivants.



Si quelqu'un s'intéresse à l'élevage de chiens, il est susceptible d'acheter plus d'un livre sur le sujet. Si quelqu'un est désespérément à la recherche du grand amour, il va se procurer n'importe quel produit qui pourrait lui apporter une solution.

Vous devez créer un bon produit qui résolve le problème, insister sur la valeur de votre produit pendant que vous en faites la promotion, mettre en évidence certains défauts des produits concurrents (sans les nommer) et ainsi montrer que votre produit est meilleure que les autres. Et le nombre d'autres produits similaires déjà existants n'aura alors plus aucune importance.

Un autre moyen de trouver les besoins des gens est d'aller sur "Yahoo ! Questions/Réponses" et regarder les questions posées.

Lorsque vous vous rendez sur <http://fr.answers.yahoo.com/>, vous verrez une liste de catégories en haut de page. Si vous avez une idée générale du type d'infoproduit que vous souhaitez créer, cliquez sur la catégorie qui vous intéresse et regardez quel type de questions sont posées.

Donc si vous voulez créer un produit autour du thème de l'animal de compagnie, cliquez sur animaux et vous verrez les questions posées par les utilisateurs à propos de leurs animaux.

Si par hasard vous vouliez préciser la recherche et la restreindre aux chevaux, aux chats ou aux chiens, ou à n'importe quel autre animal, il y a une sous-catégorie en haut de page.

En regardant simplement les questions les plus communes, vous serez capable d'identifier des besoins d'information et de satisfaire ces besoins en créant un infoproduit en réponse.

Vous pouvez également parcourir les forums en cherchant sur Google ou Yahoo ou Altavista après avoir tapé, par exemple, "forum chiens" ou "forum chihuahua" ou encore "forum création de site web", ou n'importe quel autre sujet.

Il est important de s'assurer qu'il existe un marché porteur pour un produit comme le vôtre.

Et une fois que vous aurez fait cela, vous pourrez passer à la prochaine étape... la création du produit !

Chapitre 2:

Création de l'Infoproduits et de la Marque



Une fois que vous aurez trouvé l'idée générale et le sujet à propos duquel vous voulez créer votre infoproduit, vous devrez commencer à penser à la ligne du produit.

Créer une identité, une marque, est un moyen de fidéliser le client et de s'assurer que lorsque les clients cherchent une solution, ils pensent d'abord à vous pour la leur offrir.

Pensez à des personnes comme "Pascal le grand frère", et vous l'associerez immédiatement à des adolescents à problèmes.

Lorsque vous pensez "décoration d'intérieur", le premier nom qui vous vient à l'esprit est sans doute "Valérie Damidot".

Cette identité, la marque qu'ils ont fait de leur nom leur permet d'accroître encore et encore leur succès.

Une fois que vous êtes connu pour produire un produit d'excellence, les gens vont revenir pour voir ce que vous avez de nouveau et de disponible, et lorsque vous créez une liste de clients satisfaits et que vous les informez d'une nouveauté, si vous vous êtes façonné une marque il y a bien plus de chances qu'ils reviennent vers vous pour se procurer le nouveau produit.

Vous pouvez bien sûr choisir de fabriquer un seul produit, ou une série de produits sans aucun lien les uns avec les autres, mais vous manquerez alors une belle opportunité de créer le buzz et de vendre à répétition aux mêmes clients.

Pour vous créer une marque, il est préférable d'avoir un thème visuel consistant pour vos premières tentatives sur le web – un design similaire et les mêmes couleurs pour votre site, vos ebooks etc.

Si vous n'avez aucun talent pour le design, pas de problème. Vous pouvez visiter des sites comme elance.com, coder.com, ou n'importe quel autre site freelance, et trouver un graphiste pour vous créer un logo et une bannière représentant votre domaine.

Vous n'avez pas besoin de faire du fantaisiste. Les gens ne recherchent pas un site fantaisiste. Ils veulent être sûrs d'être arrivés au bon endroit et seront immédiatement rassurés lorsqu'ils verront la bannière familière.



Ensuite, ils voudront trouver l'information pour laquelle ils sont venus : comment économiser de l'argent avec des coupons de

réduction, comment apprendre leur chat à utiliser la litière, comment mincir etc.

Ils voudront que le site soit intuitif et facile d'accès ; et non pas un site où il faut chercher pendant des heures avant de trouver ce que l'on veut.

Tout ce que vous avez besoin de faire pour établir votre marque est donc une image d'entête représentative de votre "business" et un logo qui explique visuellement au client le concept de vos produits, et ce en un clin d'œil.

Prenons l'exemple du coupon réduction.

Vous décidez de devenir la reine ou le roi du coupon. Une chose évidente à faire et d'obtenir un logo avec une couronne, peut-être un couronne posée sur une pile de coupons. À partir de là lorsqu'une personne verra le logo et le slogan "la reine du coupon", elle saura qu'elle a affaire à l'un de vos produits.

Vous pouvez même décider d'inclure votre logo dans l'annonce du produit. Par exemple, "les conseils de la reine du coupon pour faire vos courses GRATUITEMENT !" ou "50 recettes délicieuses et à bas prix de la reine du coupon !"

Ou encore, pour utiliser un exemple plus masculin, expliquez que vous êtes un expert en pêche et en chasse, et que vous désirez créer une série d'infoproduits qui apprendront aux gens à pêcher et à chasser.

Vous pouvez créer une marque comme "Le guide de pêche du..." Cela pourrait engendrer une série d'ebooks, de vidéos etc.

Les possibilités ne sont limitées que par votre imagination.

Certains de ces exemples peuvent paraître cliché et peut-être même un peu lourdaud, mais ça peut fonctionner au-delà de vos rêves les plus fous, comme cela a fonctionné pour beaucoup d'autres !

Chapitre 3:

Créer Votre Infoproduit



Maintenant, nous allons parler de la forme que votre infoproduit va prendre.

Il y a un grand débat actuellement autour du format des infoproduits, qui dit que tout le monde préfère le format vidéo.

N'y croyez pas.

La vidéo peut être parfaite pour certains types d'infoproduits, mais être incompatible avec d'autres. Et ce n'est pas tout le monde qui aime la vidéo.

Il existe des inconvénients à présenter l'information sous forme de vidéo. Les gens n'ont qu'un temps limité et des laps d'attention très court aujourd'hui, et il est beaucoup plus simple de parcourir un

ebook et d'obtenir l'information recherchée que de parcourir une vidéo. Mais là encore, certaines personnes clament le contraire.

Cependant il est beaucoup plus difficile d'accélérer le défilement d'une vidéo qui est toujours en train de charger pour voir si elle contient l'information souhaitée que de jeter un œil à la table des matières d'un ebook.

Ainsi votre vidéo doit être bien faite et aller immédiatement au fait, sans fioritures ni longues introductions, autrement vous agacerez les gens et recevrez de nombreuses demandes de remboursement ; de plus les gens ne reviendront pas vers vous la fois suivante.

Dans un produit écrit, les gens sont un peu plus indulgents, car ils peuvent se déplacer rapidement de page en page et obtenir rapidement l'information nécessaire.

Si votre sujet est le design de sites internet, il se peut que les clients possèdent déjà quelques connaissances à ce sujet. Dans un ebook, ils peuvent sauter les parties qu'ils connaissent déjà ; dans une vidéo c'est impossible, car ils ne savent pas dans quelle partie de la vidéo se trouve l'information qu'ils recherchent.

Cependant, certains infoproduits se prêtent naturellement aux formats ebook ou audio, ainsi que vidéo.



Si vous pouvez interviewer un expert, comme un gourou du marketing internet, un format audio conviendra bien. Si vous avez un infoproduit qui ne nécessite pas de support visuel (comme

apprendre à quelqu'un comment peindre un portrait), le format audio conviendra également.

Un enregistrement audio est aussi une bonne option pour les malvoyants.

La vidéo peut aussi égayer un infoproduit. Imaginons que vous avez un livre de cuisine. N'importe qui peut écrire un livre de cuisine, mais si vous présentez des vidéos de chaque recette, vous obtiendrez quelque chose de beaucoup plus séduisant.

Si vous voulez montrer comment élever un chien, il est facile de présenter la technique à l'oral, mais utiliser la vidéo d'un chien indiscipliné, puis vous montrer en train d'utiliser les techniques de dressage, puis montrer à nouveau le chien se comporter cette fois-ci parfaitement et obéir aux ordres... le message devient ici très puissant.



Alors comment fait-on pour vraiment créer son infoproduit ?

La manœuvre est simple et peu chère.

Votre ordinateur est peut-être déjà équipé avec un logiciel de traitement de texte qui peut enregistrer un document au format pdf. Sinon, il existe de nombreuses options payantes disponibles, ou bien vous pouvez télécharger Open Office, qui est gratuit et fonctionne sur Mac et PC. Pour vos Pdf, il existe plusieurs logiciels gratuits ou des solutions en ligne gratuites.

Pour faire des vidéos, il existe de nombreux logiciels disponibles, gratuits ou peu chers.

Les utilisateurs de Mac peuvent utiliser le logiciel IMovie, qui est proposé avec Garageband (génial pour les podcasts et les enregistrements audio). Il vous en coûtera environ une soixantaine d'euros.

Videospin est un éditeur de vidéo gratuit, qui fonctionne avec Windows. Camstudio est un éditeur de vidéo gratuit qui fonctionne avec de nombreuses versions de Windows. Beaucoup d'ordinateurs

équipés de Windows sont vendus avec Windows Movie Maker, ce qui est tout ce dont vous avez besoin.

Jingproject.com propose également un logiciel de capture d'écran, d'édition de vidéo et fonctionne sur Mac et Windows. Il est gratuit.

Camtasia est un programme d'édition de vidéo et de capture d'écran formidable, est très populaire avec le marketing online et fonctionne sur Mac et Windows. Cependant il est coûteux (plus de 200 €). Il vous sera proposé avec une période d'essai gratuite de 30 jours.

Évidemment, les programmes payants vont avoir plus de possibilités que ceux qui sont gratuits, mais dans l'optique d'une création d'infoproduit, les logiciels gratuits sont amplement suffisants.

Lorsque vous créez un produit écrit, comme un ebook ou un reportage, sauvegardez-le à la fois au format classique (word) et également en pdf, pour que vous puissiez l'exporter.

Lorsque vous créez un produit vidéo ou audio, vous pourriez vouloir débiter avec un petit jingle d'environ 5 secondes ou bien au contraire démarrer tout de suite avec l'infoproduit.

Les programmes d'édition de vidéo vous permettront d'ajouter des titres et des effets de transition dans votre vidéo, comme par exemple le fondu entre les différentes parties. Gardez bien à l'esprit que lorsque vous ajoutez des effets de transition, le produit sera plus long à télécharger.

Ne soyez pas nerveux quant à la fabrication de la vidéo parfaite. Les acheteurs ne s'attendent pas à une production hollywoodienne. Ils ont un problème et ils veulent que quelqu'un leur dise comment le résoudre rapidement et sans fioritures. Ils ne recherchent pas la fantaisie.

Une chose importante est de rendre votre produit attractif, en lui offrant par exemple une belle couverture.

Vous pouvez facilement trouver des graphistes en ligne sur des sites de freelance comme nous avons mentionné plus haut, mais vous pouvez aussi en trouver pour moins cher sur des sites tels que "microjob.biz".

Vous allez avoir besoin de donner au graphiste le thème de votre infoproduit, votre nom d'auteur (vous pouvez utiliser votre vrai nom, un pseudonyme ou même pas de nom du tout) et le titre du produit.

Vous pouvez également lui donner la couleur que vous souhaitez.

Si vous créez un ebook il vous créera une couverture d'ebook. Si vous créer une vidéo il créera une pochette de CD. Ce seront de simple photos qui vous afficherez sur votre site pour vendre votre produit.

Chapitre 4:

Fixer un Prix et Obtenir des Témoignages



Le prix est toujours un point sensible, car s'il est trop élevé les gens n'achèteront pas, et s'il est trop bas ils penseront que ce que vous vendez n'a aucune valeur.

Vous devriez commencer par jeter un œil à d'autres infoproduits similaires au vôtre, et examiner les prix pour vous faire une idée de ce qu'ils offrent et de combien ils coûtent.

Vous ne devez pas fixer un tarif beaucoup plus élevé que ceux des autres infoproduits de votre domaine.

Cependant vous devez comparer ce qu'ils ont à offrir avec ce que vous avez à offrir.

S'ils vendent simplement un ebook de 20 pages sur le dressage des chiots et que vous vendez un ebook de 100 pages sur le dressage des chiens de la naissance à l'âge adulte, accompagné d'une série de vidéos détaillant le processus étape par étape... alors bien sûr vous devrez fixer un prix plus élevé.

Si l'ebook sur les chiots devrait être vendu au maximum 17 €. L'ebook sur le dressage des chiens avec les vidéos peut se vendre jusqu'à une cinquantaine d'euros (47€).

Ou bien, vous pourriez proposer l'ebook à un tarif moindre, 27 € par exemple, puis proposer la vidéo comme un supplément qui pourrait coûter environ 20 €.

Il se peut que vous ayez remarqué que les prix cités finissent en 7. De nombreuses études marketing sur le net ont montré que bizarrement, les prix se terminant par 7 entraînent un nombre supérieur de ventes à ceux qui se terminent par le traditionnel .95 ou .99 (9,99 par exemple).

Cela reste vrai même si le prix se terminant en .99 est inférieur à celui se terminant en 7.

Une autre chose à prendre en considération est de savoir si oui ou non vous souhaitez céder gratuitement un produit pour commencer à construire une liste de clients.

Cette méthode peut très bien fonctionner si vous possédez d'autres produits en réserve que vous souhaitez vendre.

Dans l'exemple du dressage de chien, vous pouvez offrir un cours gratuit de 5 jours pour expliquer aux gens comment apprendre à leur chien à être propre, ou comment maîtriser les aboiements intempestifs de leur chien.

Chaque jour, vous envoyez par mail la leçon du jour en utilisant un service automatique d'auto-réponse comme Aweber. Aweber est en anglais, mais c'est le service d'auto-répondeur qui a la meilleure réputation, et sur le net vous trouverez facilement des formations en français.

Dans chaque email vous insérez un lien en haut de page et un en bas de page pour que les destinataires cliquent sur celui-ci et commandent votre produit. Ensuite, vous offrez une petite leçon bien écrite et utile à propos de votre domaine de prédilection, encore une fois sans TOUT révéler, juste assez pour montrer que vous connaissez votre domaine.

S'il s'agit d'une vidéo ou d'un enregistrement audio, vous pouvez offrir gratuitement la première vidéo ou le premier enregistrement

de la série pour montrer la qualité de ce que vous proposez, en échange du nom et de l'email du potentiel acheteur, pour que vous puissiez commencer à créer votre liste.



Maintenant, vous devez commencer à planifier la page de vente de votre produit.

Encore une fois, la meilleure chose à faire est d'étudier les pages de vente de la concurrence.

Vous ne devez bien sûr pas les copier ; vous devez regarder ce qu'ils proposent et vous assurer que votre offre est la plus compétitive.

Par exemple, si quelqu'un vend un ebook à propos du dressage canin, vous devez mettre en valeur le fait que votre ebook est accompagné de vidéos pour vraiment montrer concrètement ce dont vous êtes en train de parler.

Si quelqu'un vend une série de vidéo à propos de la peinture de paysages, vous devez en faire une qui soit plus approfondie ou qui offre certains bonus comme une vidéo expliquant comment peindre un portrait.

Vous devez aussi avoir une idée sur la structure d'une page de vente.

Pour commencer, vous verrez que les pages de vente possèdent souvent de grands titres accrocheurs. De nombreux sites utilisent ces gros titres car cela fonctionne, tout simplement.

Le titre doit évoquer les avantages de votre produit par rapport aux autres. Il doit expliquer au client quelle aide le produit peut lui apporter.

Il peut contenir une phrase comme "Comment Chassez les Mauvaises Habitudes de Votre Chien Plus Vite que Vous ne Pouvez l'Imaginer!" ou "Débarrassez-Vous de Votre Graisse Abdominale en Quelques Semaines!" ou encore "Augmentez Votre Métabolisme Avec ces Super-Aliments!"

Remarquez bien que ces pages de vente ne présentent pas de gros pavés de texte sans espaces. Sous le titre vous devrez mettre une photo, un ou deux paragraphes à propos de votre produit, puis un sous-titre. Il faut rendre la page facile à lire. Les cliparts dans ce livre servent le même but : briser les blocs de texte et le rendre plus agréable à l'œil et plus facile à lire.

Vous devez mettre une série de paragraphes et de sous-titres.

À un certain point, une liste de puces promesses s'avère très utile. Elle doit récapituler les avantages de votre produit ou le mettre en valeur par rapport aux produits concurrents.

Par exemple :

Ce produit ne nécessite PAS :

- Un équipement coûteux et impossible à rassembler!
- Un régime alimentaire fade qui vous rendrait malade!
- De suppléments alimentaires qui ont un goût infecte!
- Des heures d'exercices dignes d'une torture!

Ou bien:

A l'intérieur de mon guide, vous y découvrirez:

- Comment s'équiper facilement sans vous ruiner !
- Une nourriture gouteuse et saine !
- ... etc. !
- ... etc. !

Cela sert votre cause en soulignant les points négatifs du produit concurrent (subtilement bien sûr, sans citer de nom et ainsi contrastant avec les points positifs de votre produit.

Les clients ont souvent déjà essayé beaucoup de ces produits avant et ont évidemment échoué, ainsi ils seront enthousiastes à l'idée d'un produit qui leur offre quelque chose de différent.

Vous devez également guider le lecteur étape par étape, dans son processus d'achat. A aucun moment, le lecteur ne doit se sentir perdu, sinon il risque de quitter votre site pour toujours.

C'est capital. Si le client ne peut pas comprendre facilement ce qu'il doit faire pour accéder à l'étape suivante lorsqu'il se trouve sur votre page de vente, alors il est fort probable qu'il presse le bouton précédent et vous pourriez le perdre pour toujours.



Vous pouvez guider votre lecteur ainsi : "[Pour perdre ce surplus de graisse MAINTENANT, cliquez ici pour commander en toute sécurité via Paypal](#)".

Vous pouvez également placer un pour créer un sentiment d'urgence, ou un élément indiquant qu'il ne reste plus qu'une quantité limitée de copies !

Si vous utilisez un compte à rebours, vous pouvez ajouter quelque chose comme "Si vous commandez dans les 48 heures, en Bonus nous vous offrons un livre des recettes peu caloriques"

Vous devrez bien sûr enlever cette offre après 48 heures, autrement les gens ne vous prendraient plus au sérieux.

Souvenez-vous que vous êtes en train de fidéliser les clients potentiels. Vous n'y parviendrez pas si les annonces que vous faites sont mensongères.

Vous pouvez également offrir quelque chose comme une consultation gratuite d'une heure au téléphone ou par skype, si

l'infoproduit s'y prête. Vous pouvez offrir cela aux 10 ou 20 premiers clients.

Et enfin, sur votre page de vente, vous devez exposer aux clients des avis d'autres consommateurs.

Mais comment les obtenir lorsque vous n'avez même pas commencé à vendre le produit !?

Voilà comment : vous offrez gratuitement des copies du produit à quelques personnes en échange de leurs avis.

La plupart des gens émettront des avis positifs à propos de votre produit. Si vous obtenez beaucoup de critiques, alors vous devriez sérieusement reconsidérer votre produit et appliquer certains changements, surtout si les critiques concernent toutes le même point, comme par exemple "pas assez clairement expliqué...".

Si vous ne connaissez personne prêt à vous offrir un bon avis, vous pouvez visiter un forum marketing en ligne et expliquer que vous avez créé un nouveau produit et que vous souhaiteriez donner des copies gratuites aux dix premières personnes qui rentreront en contact avec vous, en échange de leur avis sur votre produit.



Vous ne pouvez cependant pas leur demander de ne dire que de bonnes choses à propos du produit, mais si vous avez fabriqué un produit de qualité, soyez assurés que la plupart des commentaires si ce n'est la totalité de ceux-ci seront positifs.

En fait, avant de demander une recommandation, un avis positif, il est judicieux de poster quelques fois sur les forums, pour vous présenter et contribuer aux conversations pour que les forumers apprennent à vous connaître un peu avant que vous ne leur demandiez une faveur.

Faites cela pendant deux semaines et vous apprendrez beaucoup, vous rencontrerez des gens, et lorsque vous demanderez ces commentaires vous aurez beaucoup plus de chances qu'ils vous reviennent positifs.

Chapitre 5:

Vendre Votre Infoproduit



C'est aussi important que de le créer évidemment. Vous pouvez fabriquer le meilleur et le plus utile des produits du monde, mais cela ne vous sera d'aucune utilité si vous ne le vendez pas. Votre produit ne vous apportera pas d'argent s'il repose dans votre disque dur.

Il existe de nombreuses façons de vendre un infoproduit en ligne et vous pouvez en choisir plusieurs d'entre elles pour le même produit.

Une manière de vendre est d'utiliser Google AdWords. Nous ne le mentionnerons ici que brièvement, car la maîtrise et l'utilisation complète de Google AdWords remplirait un autre ebook.

Les AdWords sont les liens publicitaires que vous voyez en bleu sur le côté droit des pages de recherche Google. MSN et Yahoo ont leurs propres versions.

Si vous avez un ebook sur le dressage canin vous aurez votre annonce publicitaire liée à des recherches comme "Dressage de chiens" ou "Comment apprendre un chien à s'asseoir".

Vous devez constamment surveiller vos campagnes publicitaires pour voir lesquelles sont les plus profitables et éliminer celles dont le retour sur investissement est insuffisant.

Vous devez aussi vous assurer de configurer une limite de frais quotidiens, ou vos factures pourraient vite atteindre des sommes astronomiques.



Certaines personnes gagnent leur vie en vendant des infoproduits avec les annonces AdWords, ainsi cela peut être considéré comme une vraie option. Si vous voulez en savoir plus à propos d'AdWords, commencez par lire tous les tutoriels de Google sur le sujet, puis achetez quelques livres sur AdWords.

Un autre moyen très populaire de vendre votre produit est de le mettre sur des sites tels que 1Tpe ou ClickBank. Ensuite, vous pouvez encourager les affiliés à vendre votre produit pour vous, en échange d'une généreuse commission.

Pour attirer les affiliés vous allez devoir offrir un très gros pourcentage du prix total, au moins 50% de commission.

Cependant, Voyez les choses de cette façon : les affiliés vont faire tout le travail pour vous, en payant les annonces publicitaires et en augmentant le trafic de votre page de vente, en écrivant des articles pour vous avec des liens conduisant à votre page de vente, en créant des pages de prévente qui conduisent elles aussi à votre page de vente... et plus vous les payez, plus ils auront envie de vendre votre produit et plus ils mettront du cœur à l'ouvrage.

Voici quelques conseils pour rendre vos affiliés heureux et pour en attirer de nouveaux :

Ne "supplantez" pas vos affiliés. Ne proposez pas votre produit à 17€ si vous aviez fixé le prix à 27€.

Supportez vos affiliés du mieux possible. Offrez-leur des bannières à mettre sur leurs pages de vente pour montrer votre produit. L'idéal est de mettre plusieurs images différentes pour le même produit. L'image d'une couverture d'ebook et une bannière sont un minimum pour être efficace.

Offrez-leur plusieurs articles personnalisés qu'ils pourront réécrire et publier.

Offrez-leur une page personnelle où ils pourront mettre leur lien d'affiliation.

Offrez-leur un bonus chaque fois qu'ils vendent un certain nombre de copies de votre produit.

Assurez-vous de la clarté des termes et conditions de votre offre d'affiliation et spécifiez ce que l'affilié peut et ne peut pas faire : pas d'annonces mensongères, pas de Spam, etc.

Maintenant vous savez comment créer un infoproduit, comment en fixer le prix et comment le vendre. La seule chose qu'il vous reste à faire est de commencer à bâtir votre empire de l'infoproduit!

Conclusion



Créer des infoproduits à vendre en ligne est, à mon avis, l'un des business les plus excitants et les plus accessibles que l'on puisse trouver aujourd'hui.

Vous n'avez besoin d'aucune qualification, d'aucune expérience ni expertise pour commencer à vendre vos infoproduits et les frais de démarrage ne sont pas beaucoup plus élevés que zéro.

C'est important car cela signifie que vous pouvez essayer différents moyens de vendre et différents types d'infoproduits sans y laisser trop de plumes.

Cela signifie également que même si vous ne faites que quelques ventes (disons pour 150€), c'est quand même un profit, et le jeu en valait quand même la chandelle. Vous ferez mieux la fois suivante.

Si vous avez un PC et une connexion Internet, ainsi qu'une envie de gagner de l'argent en ligne, alors vous n'avez aucune excuse pour ne pas essayer de vendre des infoproduits. C'est un marché fabuleux, et jamais dans l'histoire humaine, l'ère technologique et sociologique n'avait été aussi mûre et aussi riche qu'aujourd'hui.

Ainsi les gens malins peuvent tirer profit de ces infoproduits avec peu ou pas de coûts de démarrage.

Comme l'on dit:

"Au Royaume des Aveugles, Celui qui n'a qu'un Œil est Roi"

À votre tour de prendre votre part du gâteau !

Tous nos vœux de réussite !
