

# MARKETING PROFITS

**LA STRATÉGIE À 1 000 000 €**



# Licence

L'auteur s'est efforcé d'être aussi précis et complet que possible lors de la création de cet ouvrage, malgré ceci, il ne peut en aucun cas garantir ou représenter l'exactitude de son contenu dû à l'évolution et à la mutation rapide et constante d'Internet.

Bien que tout ait été fait afin de vérifier ces informations, l'auteur n'assume aucune responsabilité concernant des erreurs, des omissions, d'une interprétation ou d'une compréhension contraire du sujet développé. Toutes formes d'offenses éventuellement ressenties par des personnes, peuples ou organisations seraient purement involontaires.

Dans les livres pratiques de Conseil, comme dans toute autre chose, il n'est fait aucune garantie de revenu. Les lecteurs sont avertis et doivent faire appel à leur propre jugement à propos de leurs propres capacités à agir en conséquence.

Ce livre n'est pas destiné à l'utilisation en tant que source légale en droits des affaires, de comptabilité ou de conseil financiers. Les lecteurs sont invités à faire appel à des services professionnels compétents en matière de législation, droit des affaires, comptabilité ou dans le conseil financier.

## **Copyright**

Ce livre est protégé par copyright. Vous ne pouvez en aucun cas le modifier, le copier ou vous en inspirer. Toute reproduction même partielle est interdite.

Copyright Dépôt N°00043618.

Vous pouvez diffuser ce rapport librement et GRATUITEMENT, à condition de pas le modifier ou l'altérer.

Vous n'avez aucun droit de revente de ce rapport ! Si vous souhaitez utiliser ce rapport à des fins mercantiles, vous pouvez le faire en devenant **membre** du [Cercle des Droits de Label Privé](#).

Pour toute question, , vous pouvez me contacter à cette adresse : [support@droits-de-label-privé.com](mailto:support@droits-de-label-privé.com)



Amicalement,

**Didier Brockly**

Éditeur Internet et Infopreneur

Initiateur du [Cercle des Droits de Label Privé](#)

**Vous pouvez imprimer ce guide si cela vous en facilite la lecture, mais pensez aussi à la nature et à notre environnement.**

# Sommaire

Licence.....	2
Sommaire.....	3
Introduction.....	4
La puissance du GRATUIT.....	5
PARTIE 1 Explication de la stratégie.....	9
Présentation de la stratégie.....	10
Pourquoi utiliser cette méthode ?.....	13
Quelques conseils.....	16
Explication de la méthode étape par étape.....	19
3 systèmes détaillés.....	24
PARTIE 2 Etudes de cas.....	28
Exemple concret 1.....	29
Exemple concret 2.....	39
Exemple concret 3.....	46
Pour résumer.....	51
Une remarque importante.....	52
PARTIE 3 Créez votre entonnoir.....	54
Comment créer votre entonnoir.....	55
PARTIE 4 La stratégie à 1 000 000 €.....	63
Une évolution venue du marché anglophone.....	64
La stratégie à 1 000 000 €.....	69
Conclusion.....	74

# Introduction

Votre stratégie déterminera, en partie, le succès de votre entreprise. Effectivement, il est difficile d'imaginer un entrepreneur générant des milliers d'euros chaque mois sans l'aide d'une stratégie efficace. Je ne vous dis pas que cette situation est irréalisable, mais il ne faut jamais compter sur la chance pour développer son business.

En parlant de stratégie, je vais justement vous en détailler une ayant déjà fait ses preuves dans de nombreuses niches de marché. Des milliers de professionnels l'utilisent et ils génèrent chaque année d'importants revenus.

**Remarque** : ce n'est pas une solution miracle. Si vos produits ou services ne répondent pas aux attentes de vos prospects, vous pourrez avoir la meilleure stratégie, il vous sera difficile de générer des revenus à long terme.

Je ne suis pas là pour vous donner de faux espoirs, simplement pour vous prévenir avant de vous lancer tête baissée dans la mise en place de cette stratégie. OUI, elle fonctionne, mais votre réussite ne dépend pas simplement de son utilisation. Votre crédibilité et la qualité de vos offres, entre autres, joueront un rôle tout aussi important.

# La puissance du GRATUIT

Avant d'entrer dans le vif du sujet, il est nécessaire de revenir sur la base de la stratégie, le gratuit.

Certains entrepreneurs préfèrent s'éloigner des offres gratuites, car ils ont peur de ne pas générer d'argent. Effectivement, au premier abord, il est difficile de penser qu'avec un produit gratuit, on peut gagner de l'argent. Cela est vrai, surtout si vous pensez à court terme. Cependant, sur le long terme, la stratégie du gratuit est payante.

Prenons un exemple :

Vous allez dans un supermarché pour faire vos courses alimentaires. Au détour d'un rayon, vous voyez une personne derrière un stand. Vous passez devant et elle vous demande si vous souhaitez goûter son foie gras. Comme nous sommes à deux semaines des fêtes de fin d'année, vous prenez un petit morceau de foie gras sur du pain grillé. Le verdict est sans appel, il est très bon et lorsque le vendeur vous indique le prix, vous êtes surpris, il est inférieur à votre estimation. Sans hésiter, vous décidez d'acheter 2 blocs de foie gras entier.

La question est :

## **Si le vendeur ne vous avez pas proposé de goûter gratuitement son foie gras, l'auriez-vous acheté ?**

Peut être, mais la probabilité est faible, connaissant la concurrence entre les marques pour ce produit durant les fêtes de fin d'année.

Le gratuit fonctionne et c'est pour cette raison que de nombreux entrepreneurs décident d'offrir des échantillons, des consultations, etc. la liste peut-être longue.

3 éléments entrent en jeu lorsque vous décidez d'offrir quelque chose à vos prospects.

## **LA RÉCIPROCITÉ.**

Ce premier élément n'est certainement pas aussi fort que les deux suivants, mais il peut vous faciliter les échanges avec les personnes, notamment si vous leur demandez un petit service.

Prenons un exemple :

Vous allez sur un site web pour trouver des conseils afin de perdre quelques kilos. Sur la page d'accueil, la personne vous propose de télécharger gratuitement un guide dans lequel elle partage le régime lui ayant permis de perdre 10 kilos. Vous lisez le guide et vous trouvez les conseils utiles et assez simples à mettre en place.

Deux semaines plus tard, vous commencez déjà à constater des changements, notamment lorsque vous

vous pesez. De plus, vous sentez que ce n'est qu'un début, car la personne a continué de vous envoyer des conseils puisque vous lui aviez donné votre adresse pour recevoir le guide.

Cet exemple n'a rien d'extraordinaire, puisqu'il arrive tous les jours. Si vous avez créé une liste de contacts en offrant un cadeau de qualité, vos abonnés devraient être satisfaits. Ainsi, vous pourrez leur demander un service comme un témoignage (c'est souvent utilisé pour les produits payants, mais un témoignage est aussi efficace pour les produits gratuits).

De plus, si votre offre gratuite est intéressante, les personnes n'hésiteront pas à partager l'information à leurs connaissances. Ainsi, sans fournir le moindre effort, vous attirerez de nouveaux prospects.

## **LA PERMISSION.**

Alors que vous regardez tranquillement la télévision, une personne sonne à votre porte. Vous vous levez pour aller ouvrir et vous tombez nez à nez avec un commercial, un aspirateur à la main.

Cette situation est arrivée à un ami il y a quelques mois. En temps normal, il aurait gentiment décliné l'offre du vendeur pour aller terminer son film, mais le commercial lui a proposé de nettoyer entièrement la pièce de son choix et cela gratuitement.

En acceptant de faire entrer le commercial, mon ami lui a aussi permis de vendre l'aspirateur, ainsi que les autres produits ménagers qu'il va utiliser. Par conséquent, si vous offrez un cadeau, vous pouvez ensuite rediriger les personnes vers une offre payante.

**Remarque :** pour plus d'efficacité, il serait intéressant de rediriger vos abonnés vers une offre spéciale. Ils pourront ainsi économiser de l'argent sur l'achat de vos produits. Vous aurez quelques exemples dans la suite de ce guide.

## LE RISQUE 0.

Avant d'acheter vos produits payants, vos clients potentiels vont d'abord prendre le temps de comparer les offres de vos concurrents. Plus le prix d'un produit est élevé, plus cette pratique est courante.

Finalement, c'est logique. Nous recherchons toujours le meilleur rapport qualité/prix. Cependant, ce n'est plus du tout la même chose pour un produit gratuit.

Puisqu'il n'y a aucun risque financier, vos prospects sauteront sur l'occasion de bénéficier de votre offre.

**Remarque :** nous sommes généralement plus indulgents avec une offre gratuite qu'une offre payante, mais ce n'est pas une raison de proposer un cadeau de mauvaise qualité ou inutile.



# **PARTIE 1**

## **Explication de la stratégie**

---

# Présentation de la stratégie

Les Anglais appellent ce système « the sales funnel ». Le principe consiste à attirer l'attention de vos prospects, généralement grâce à un cadeau. Ensuite, parmi ces personnes, certaines décideront d'acheter le produit que vous leur présenterez, ce sera un produit d'appel, généralement vendu à un prix attractif (moins de 20 €).

Qui dit « achat » dit « besoin à combler » et il y a de grandes chances pour que vos clients en aient plusieurs, d'où l'importance d'avoir une gamme de produits répondant à tous leurs besoins.

Au départ de votre entonnoir, vous n'aurez que très peu d'informations sur vos prospects. Finalement, la seule chose que vous saurez est qu'ils recherchent des informations liées à votre niche. Mais au fur et à mesure de leurs achats, vous connaîtrez avec précision leurs attentes. Ceux arrivant en bas de votre entonnoir seront, dans la plupart des cas, des clients acquis pour la vie.

Vous l'aurez compris, le principe consiste à attirer vos clients potentiels vers vous, puis à les diriger vers vos offres payantes. Quelques marketers ont mis en place un système « étape par étape » permettant de transformer de simples prospects en clients fidèles.

Ce système ne doit pas être pris comme tel, mais avant de créer le vôtre en partant de ce modèle, il faut déjà le comprendre.

C'est ici la fin du premier chapitre de ce Guide, pour découvrir la suite, je vous invite, dès maintenant, à [cliquer ICI](#) afin de découvrir le Guide Complet.

À tout de suite !



Amicalement,

**Didier Brockly**

Éditeur Internet et Infopreneur

Initiateur du [Cercle des Droits de Label Privé](#)

# À Découvrir


---



*Le Cercle*  
Des DROITS de LABEL PRIMÉ

Découvrez Comment  
Devenir l'Auteur  
De Plusieurs  
eBooks par  
Mois, Sans Même Écrire une  
Seule Ligne...

*Cliquez ici !*



ARTICLES  
DES  
LIBRES

Du contenu  
en continu...

**CLIQUEZ ICI !**



Des Outils Pour  
Vous Démarquer  
de Vos  
Concurrents

**Édition  
virale**



**7€ BOOKS  
EUROS.COM**

**UNE MACHINE  
INFERNALE  
À FAIRE EXPLOSER  
VOS REVENUS**

# BONUS

---

Recevez ces 3 Guides Gratuitement :



Cliquez sur ce lien pour découvrir cette offre fabuleuse, qui est entièrement gratuite :  
<http://droits-de-label-prive.com/>