

- Les supercherries du web -

Ou...

*Comment ne pas se laisser bernier
par les Pères Noël du web*

« **Une personne avertie
en vaut deux...** »

Par **Thierry Dubois**

Note importante

Vous n'avez pas le droit de vendre cet ouvrage ou de reproduire son contenu. Cet ouvrage est protégé par un copyright dont Thierry Dubois est détenteur.

Toutefois, le simple fait de lire ce présent ouvrage vous donne le droit de l'**offrir en cadeau** à qui vous le souhaitez.

Ce guide « **Les supercherries du web** »
fait partie des ouvrages de la [Collection 100% Utile](#)

SOMMAIRE

Introduction.....	3
1. Gagner de l'argent sur Internet, c'est facile	6
2. Créer une affaire sur Internet, c'est rapide	10
3. Démarrez avec notre business « clés en main »	13
4. La technique du prix démesuré	15
5. Les faux MLM pullulent sur le web	18
6. Suivez-moi car je gagne 10 000€/mois	22
7. La fameuse garantie qui fait mouche !.....	26
8. Des témoignages de complaisance pour vous rouler dans la farine..	30
9. Souvenez-vous !	33

Introduction

Cher lecteur, chère lectrice,

Je ne vous connais pas certes, mais je suis persuadé d'une chose : vous souhaitez faire des affaires et Internet vous semble l'outil adéquat.

Très bonne initiative !

Que vos motivations soient d'améliorer vos conditions de vie et celles de votre famille, de quitter un emploi salarié peu intéressant ou tout simplement de gagner plus pour vous offrir le dernier cabriolet qui vient de sortir...

Créer sa propre entreprise offre autonomie et indépendance qui selon moi sont les deux mots-clés d'une réussite professionnelle.

Cependant, on se se proclame pas entrepreneur du jour au lendemain.

C'est un état d'esprit !

Beaucoup s'aperçoivent, après expérience, que la création d'entreprise ne correspondait pas à leurs véritables aspirations.

Oui, mettre un business en place sur Internet ou dans le monde réel demande à l'entrepreneur une réelle motivation et une réelle persévérance.

Tout ceci n'est pas présenté dans le discours des innombrables méthodes proposées par des marketeurs, souvent autoproclamés, qui partagent une absence absolue de sens moral ou d'éthique.

Ces vendeurs de rêve savent très bien que vous souhaitez sortir de la routine « métro-boulot-dodo ». C'est leur créneau !

Depuis 2001, je tourne sur Internet et croyez-moi, les procédés utilisés pour vous piquer votre argent sont nombreux.

Le pire, c'est que plus c'est gros, plus ça marche.

Internet, un eldorado ?

Oui à condition d'apprendre dans un premier temps à ne pas se laisser berner par des approches douteuses...

Beaucoup d'opportunités proposées sur le Net sont en réalité des systèmes trompeurs qui enrichissent seulement les concepteurs de ces programmes.

Il est donc difficile dans un premier temps de :

- démarrer sans se faire arnaquer,
- faire la différence entre une bonne opportunité et une mauvaise,
- trouver la « bonne info », acheter les bons produits ou services.

Personnellement, je ne peux plus me taire !

Depuis 2011, c'est la bérézina !

L'ampleur des supercherries ne cesse d'augmenter. Les procédés, les « papiers cadeaux » sont de plus en plus sophistiqués.

Comprenons-nous bien.

Une arnaque n'est pas obligatoirement un moyen pour vous piquer votre argent à votre insu.

Si la promesse ou le service proposés ne sont pas tenus, c'est aussi une forme d'arnaque que je qualifierais de supercherrie.

Si vous avez du mal à joindre les deux bouts financièrement, vous êtes la proie idéale...

Ce milieu va vous faire croire qu'il peut faire beaucoup de bien à votre portefeuille...

Les méthodes employées sont très diverses...

On peut vous « garantir » de 500 à 2000 €/mois en montant un simple blog pour vivre de votre passion, avec l'affiliation, le MLM, en vendant le produit du voisin avec des droits de revente...

Après la lecture de ce guide, vous comprendrez mieux...

Il faut que ça cesse !

Stoppons cette manipulation mentale.



Thierry Dubois

Diffusez cet ouvrage au plus grand nombre, à vos amis, à votre liste de contacts et vous verrez, à l'avenir, tous ces marketeurs qui vous prennent pour des vaches à lait disparaîtront lentement mais sûrement de la toile.

Je vous souhaite une agréable lecture

1. Gagner de l'argent sur Internet, c'est facile



Lorsque que l'on recherche des opportunités pour monter une affaire à domicile ou tout simplement pour mettre du beurre dans les épinards, on tombe obligatoirement sur des sites qui nous promettent monts et merveilles.

Faites une recherche sur Google en tapant : travail à domicile, gagner sur internet, comment gagner sur Internet etc. et vous comprendrez rapidement le phénomène.

« Si j'ai pris comme nom de domaine comment-gagner-sur-internet pour présenter quelques infos émanant de la Collection 100% Utile, ce n'est pas un hasard... »

Tous les débutants commencent par faire ces recherches. J'avais donc décidé d'intercaler mon site sur ces expressions pour aider les gens à y voir plus clair.

Bien entendu, ce ne sont pas les 5000 visiteurs mensuels de ce site qui empêcheront de nombreuses personnes de se faire avoir... »

Le constat est simple.

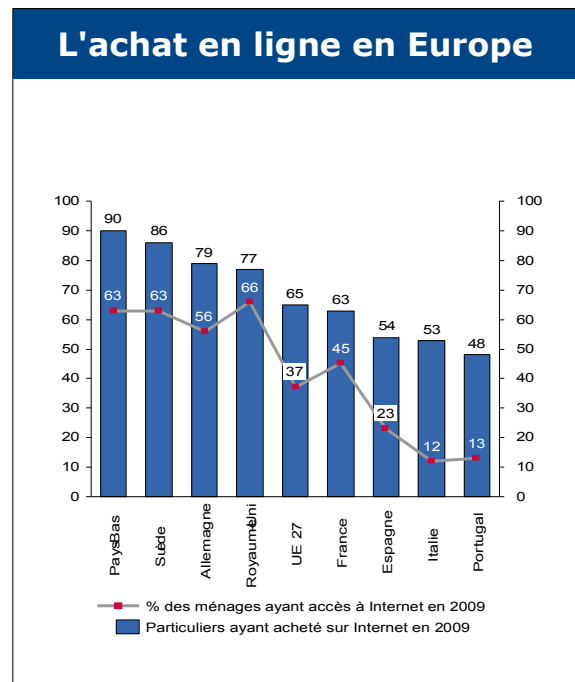
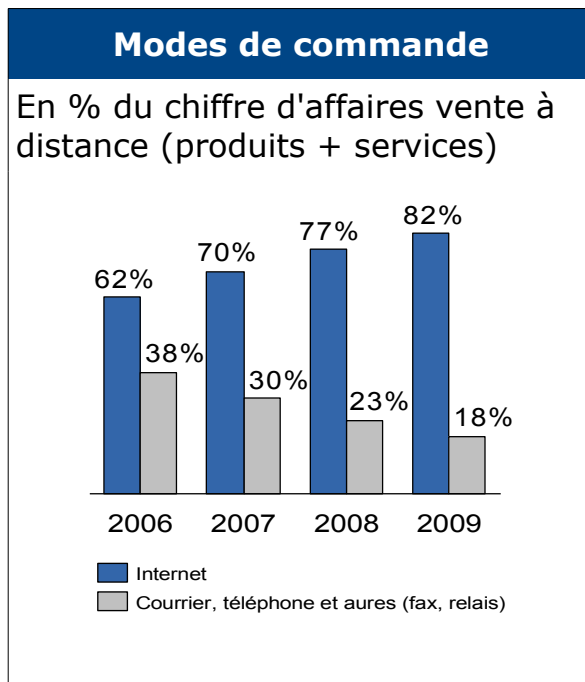
De nombreux sites présentent Internet comme un moyen de faire de l'argent facilement.

On est quasiment obligé de tomber dans le panneau (moi le premier).

Pourquoi ?

Le e-commerce continue de connaître une forte croissance.

Les chiffres parlent d'eux-mêmes (Source : Fevad) :



On se dit alors : « Si les autres arrivent à vendre sur Internet, pourquoi pas moi ? » ou « Je vais mettre un site en ligne et à moi les ventes ! »

Mais ce que l'on oublie de nous dire, c'est que la concurrence est rude et qu'un client n'achètera pas si votre site n'est pas construit de manière professionnelle, etc.

En deux mots, avant de vouloir vendre sur Internet, il faut avoir des connaissances sur de nombreux domaines (création de site, marketing, référencement, publicité, etc.).

Tout ceci pour vous dire que rien ne sera facile et qu'une longue période d'apprentissage est nécessaire...
D'où l'intérêt d'avoir un état d'esprit d'entrepreneur pour ne pas arrêter dès la première difficulté.

La solution miracle n'existe pas !

Il n'y a pas de méthode miracle, une opportunité qui vous fera gagner des centaines d'euros du jour au lendemain, sans travailler, sans un minimum de compétences en informatique, sans un petit capital de départ...

Fuyez toute proposition d'affaire vous faisant miroiter que vous allez gagner beaucoup d'argent en quelques clics.

Tout le monde peut gagner de l'argent avec Internet. Pas besoin d'avoir son bac...

Mais il faut impérativement comprendre ce moyen de communication qu'est Internet, ses possibilités et ses contraintes.

Si après cette lecture, vous vous faites encore avoir, alors je n'ai qu'une chose à vous dire : « C'est tant pis pour vous. »

J'ai plusieurs membres dans le Club Stratégie qui pourtant sont maintenant bien informés et qui continuent à croire au père Noël.

Pourquoi ?

Eh bien ils s'aperçoivent que de monter un business sur Internet demande du travail.

Je sais, c'est un mot qui ne plaît pas...

Alors, lorsqu'ils tombent sur des slogans du genre :

- Devenez millionnaire en ...
- Gagnez 500€ / jour sans rien faire
- Réussir sans avoir de produits à vendre
- Réussir sans site Internet (je l'aime bien celle-là :-))

ils se disent : « Mais c'est peut-être vrai ! Si je n'essaye pas, je vais peut-être passer à côté d'une belle opportunité. »

C'est la nature humaine : vouloir aller au plus simple...

Eh bien, vous savez quoi : « C'est du pipeau !!! »

À retenir !

Fuyez toute proposition d'affaire vous faisant miroiter que vous allez gagner beaucoup d'argent en quelques clics.



À chaque fois que vous voyez des designs de sites contenant des photos représentant des dollars, des belles voitures ou des maisons luxueuses, etc., il y a 99,99% de chances que ce soit un attrape-nigaud. En général, ces produits ne sont pas très chers pour que vous soyez tentés d'acheter tout de suite.

Lorsque vous lisez les termes : millionnaire, fortune Internet, devenez riche... Vous voyez le genre... Ne tombez plus dans le panneau.

Cette supercherrie est facilement repérable...

Cependant, des marketeurs plus « malins » utilisent d'autres techniques de persuasion pour mettre en pratique la supercherrie de la « facilité »...

Nous verrons ça plus tard, ne vous inquiétez pas. ;-)

Passons à la supercherrie N°2 qui découle de la première : Créer un Business sur Internet, c'est rapide.

2. Créer une affaire sur Internet, c'est rapide



Rapide, facile... Deux arguments extrêmement puissants pour convaincre...

Nous sommes tous (plus ou moins) des êtres impatientes recherchant des produits ou services qui nous aideraient à accomplir une tâche plus rapidement.

Cet argument de vente est donc utilisé par de nombreux vendeurs comme moyen pour créer le désir et ainsi répondre à une insatisfaction/ frustration qui stimulera le client potentiel à passer à la caisse.

Rien d'immoral dans cette approche si ce n'est que dans le cas de figure qui nous intéresse, la création d'un business sur Internet est tout sauf rapide.

Rapide, dites-vous ?

Toutes les personnes qui vivent d'Internet ont obligatoirement travaillé à leur début au moins 8 heures (si ce n'est 10 heures voire plus) par jour et bien souvent week-ends compris.

Il faut donc différencier deux choses :

- il est rapide de gagner quelques euros *via* Internet,
- il est difficile de faire d'Internet une source de revenus récurrents.

En d'autres termes, créer une entreprise sur Internet demande du temps, de la motivation, du travail, des compétences et de la persévérance.

Cette supercherie est tellement présente sur le Web qu'un débutant est pratiquement obligé de tomber dans le panneau.

En écoutant ces vendeurs de rêves, on a l'impression qu'il est possible de monter une entreprise profitable en à peine quelques semaines !

Rapide est en général synonyme d'échec !

La gestion d'une entreprise, de toute nature, exige de l'autodiscipline.

Les gens démarrent une affaire sur Internet en pensant qu'ils pourront faire la fête toutes les nuits, dormir jusqu'à midi et ensuite gagner leur vie en s'asseyant pendant 3 ou 4 heures devant leur ordinateur.

Certains s'imaginent que le monde entier se connecte pour aller sur leur site afin d'y dépenser de l'argent, mais malheureusement cela ne se passe pas comme ça.

Une entreprise sur Internet ne fonctionne pas toute seule.

Il est vrai que certains entrepreneurs du Web n'ont plus besoin de passer de longues heures sur la gestion de leurs entreprises. Mais c'est un privilège qu'ils ont acquis au fil du temps.

Leur réussite ne s'est pas faite du jour au lendemain.
Pour réussir, préparez-vous tout comme eux, à investir le temps nécessaire au développement de votre Net entreprise.

Il ne serait pas raisonnable que vous vous attendiez à faire de réels profits avant de nombreux mois...

Les arguments utilisés pour vous convaincre.

Pour vous convaincre d'acheter, ces bonimenteurs vous diront :

« Je gagner 5000 euros/mois : suivez ma méthode et en trois mois, vous aurez les mêmes résultats. »

Cette personne peut effectivement gagner ce revenu mensuel.
Même si c'est le cas, elle ne vous dit pas toute la vérité...

« Je ne travaille que 4 heures/semaine et j'obtiens 10 000 euros/mois. »

Admettons que cela soit possible... Si votre objectif est de ne travailler que 4 heures/semaine, pourquoi pas ? Mais avant d'y parvenir, il va falloir mouiller votre chemise pendant de nombreuses années...

« Je vous délivre tous mes secrets pour vous rendre riche rapidement. »

Personnellement, je pense que quelqu'un qui détient effectivement des secrets pour devenir riche ne sera pas prêt à vous les dévoiler.

Certainement pas pour 37€ !

C'est comme si vous trouviez un filon d'or. Seriez-vous prêt à le partager ?

Et ne rêvez pas : le secret, c'est le travail !

Mais ça vous le saviez déjà, n'est-ce pas ?

« J'ai une entreprise qui réalise 200 000 euros de chiffre d'affaires et je vais vous montrer comment vous pouvez en faire autant ! »

Déjà, dans un premier temps, il faut faire la distinction entre le CA et les bénéfices... Ce n'est pas la même chose...

Ensuite, sachez que tout projet est différent, que chaque marché est différent.

Avez-vous les mêmes compétences ? Avez-vous le même budget ?

À retenir !

En fait, si on regarde de plus près ces arguments, on remarque que la méthode employée se résume à :

« Copiez-moi, faites comme moi ! J'ai réussi, pourquoi pas vous ? »

Ce n'est pas parce qu'une certaine approche a marché pour une personne qu'il en sera de même pour vous.

Pour réussir dans un monde concurrentiel, il ne suffit pas d'appliquer la méthode de monsieur X, marketer « fortuné ».

Fuyez donc toutes les méthodes dites « rapides » qui sont basées uniquement sur la réussite ou la soit-disant réussite de leur auteur. Sinon vous allez vous ruiner à acheter un nombre infini de méthodes jusqu'au jour où vous vous apercevrez qu'aucune d'entre-elles ne correspond à votre projet, à votre profil...

Tout ce que vous aurez réussi à faire c'est d'enrichir celui qui vous aura vendu sa « belle » méthode !

Bien entendu, vous pouvez vous inspirer de la réussite des autres pour l'appliquer à votre propre business. C'est même une source d'inspiration puissante.

Mais gardez toujours à l'esprit que la réussite de votre projet se fera en fonction de sa valeur ajoutée et non sur la base d'un rapide « copier-coller » qui ne fonctionnera pas.

3. Démarrez avec notre business « clés en main »



Qui d'entre nous n'a pas été confronté à ce type d'offre alléchante ?

Un business clés en main, c'est royal ! Un simple « copier-copier » et me voilà à la tête d'une entreprise rentable. Je ne vois pas pourquoi je m'embêterais à créer mes propres produits, mes propres sites Web... Trop beau pour être vrai...

Le kit business « clés en main »

Dans ce kit en général, vous aurez un ou plusieurs ebooks qui vous promettent de monter facilement et rapidement votre business ou qui répond à un besoin identifié dans un secteur porteur ou à la mode.

Votre travail sera donc de vendre à votre tour ces ebooks qui vous ont été vendus avec leurs droits de revente (100% des gains pour vous). La cerise sur le gâteau : le kit comprend aussi le site Web clés en main.

- Côté produit : plus rien à faire.
- Côté site : plus rien à faire.
- Côté promotion : vous avez tout à faire...

Vous savez que pour vendre efficacement un produit ou un service, celui-ci doit être unique. Alors imaginez que vous achetiez ce kit et que 100 personnes fassent de même...

Dans le cas présent, vous allez vous retrouver à 100 pour vendre le même produit avec les mêmes outils (même site, même design...).

Et là, si vous n'avez pas une belle liste de contacts, il vous sera très difficile de rentabiliser votre investissement...

Pourquoi ?

Le plus long, le plus fastidieux, c'est bel et bien la promotion.

L'ebook à vendre vous expliquera que vous devez passer des annonces gratuites, poster des commentaires sur des blogs, créer des annonces AdWords, relayer l'information à votre liste de contacts, etc.

Vous allez donc être 100 à utiliser les méthodes décrites dans l'ouvrage. Qu'est-ce qui va se passer ?

C'est simple, votre CA sera au prorata de votre travail de promotion, du nombre de contacts que vous avez et le tout divisé par 100. En d'autres termes, sur ces 100 personnes, un grand nombre n'arriveront pas à faire une seule vente.

L'intérêt pour le concepteur

Son intérêt, il n'est pas des moindres...

Au lieu de créer un ouvrage de qualité et de le vendre à 20 euros, il vous propose de faire la promotion à sa place tout en vous faisant payer le kit 5 fois plus cher.

Avec une belle liste de contacts, il peut facilement faire 100 ventes. Avec un prix aux alentours de 100€, pas besoin de vous faire un calcul de rentabilité.

Pendant ce temps, vous allez perdre votre temps à essayer de vendre un produit médiocre...

Je dis « médiocre » car je ne connais pas d'auteur qui prendrait la décision d'abandonner son droit patrimonial sur un ouvrage de qualité.

Réfléchissez bien à ce que je viens de dire... :-)

À retenir !

Fuyez toute proposition qui met en avant ce type d'offre :

« Revendez... et gardez 100% des bénéfices ».

Car avant de faire des bénéfices... vous allez déjà commencer par en dépenser sans savoir si le produit à vendre en vaut la peine.

Fuyez toute offre qui met l'accent sur la revente et non sur le produit à vendre du genre : « Démarrez votre propre affaire sur Internet grâce à notre kit clés en main ».

Car c'est votre crédibilité qui est en jeu.

Vendre n'importe quoi à ses clients n'a jamais été un bon moyen pour pérenniser son entreprise... ni pour la démarrer d'ailleurs.

Mieux vaut que vous preniez le temps de créer votre propre produit, votre business n'en aura que plus de valeur.

4. La technique du prix démesuré



A partir de 2011, tout s'accélère... Les prix flambent !

Nous sommes confrontés à un marketing manipulateur qui a pour objectif d'associer la qualité d'une formation à un prix exorbitant.

Une manière, comme le font les grandes marques, de se positionner sur un segment de marché par le prix....

Et le rapport qualité/prix ? Est-il conservé ?

2000, 3000 €, qui dit mieux ?

À écouter la nouvelle vague, il a fallu attendre 2011 pour enfin avoir accès à une formation digne de ce nom.

Comme vous le savez, on a tous tendance à associer une image de mauvaise qualité à un prix bas et une image de qualité supérieure à un prix élevé.

Le client, entrepreneur ambitieux, souhaite bien entendu mieux qu'un client lambda. Le filtre, le ciblage adopté est donc le prix !

Nous pouvons donc nous poser deux questions :

- Les formations pour développer une entreprise sur Internet ne deviennent-elles pas inaccessibles au plus grand nombre ?
- Un créateur d'entreprise doit-il être saigné à blanc pour donner de bonnes bases à son ambition ?

À en croire l'apparition de ces nouvelles formations à des prix démesurés (prix d'amis), une personne ambitieuse qui souhaite monter un projet sur Internet ne peut pas réussir autrement qu'en faisant ce lourd investissement.

Les messages employés ne sont plus du tout les mêmes qu'auparavant.

Il n'y a pas si longtemps, n'importe qui pouvait soit-disant lancer sa petite affaire sans savoir faire grand-chose, il suffisait de mettre en ligne des sites et des produits tout prêts et de faire un peu de publicité...

Aujourd'hui, c'est le vocabulaire de l'entrepreneuriat qui a pris le dessus avec la mise en avant de la nécessité de bien se former, le travail, l'investissement...

Ce dont je ne peux que me réjouir car nous avons, avec quelques autres professionnels, longtemps prêché dans le désert...

D'un certain point de vue, c'est une bonne nouvelle.

Toutefois la mauvaise nouvelle, si on en croit ces marketeurs, c'est que votre réussite sera à la hauteur de votre ambition uniquement si vous avez déjà un portefeuille bien garni.

Est-ce raisonnable ? Est-ce un tarif justifié ?

Pour que cette fulgurante montée des prix soit raisonnables et justifiée, il faudrait en savoir plus sur le contenu de ces formations « à succès »...

En effet, le futur client n'a accès qu'à une longue liste de promesses. Tout est dans le papier cadeau, dans le packaging...

Or, la réussite d'une entreprise n'est pas quelque chose qui s'achète et rien ne garantit que la formation, parce qu'elle est chère, sera un meilleur gage de succès. Cela n'a rien à voir.

En économie, l'un des aspects de la loi de l'offre et de la demande s'appelle l'élasticité.

Les produits de luxe fonctionnent sur ce principe avec une très forte élasticité-prix.

C'est à dire que certains produits doivent, quoi qu'il arrive, se vendre à un prix extravagant, faute de quoi le consommateur ne sera pas convaincu de sa qualité.

Pour vous donner un exemple, si vous facturez 70€ une semaine de location à Saint-Tropez en plein mois d'août, il y a de grandes chances pour que vous ne trouviez personne. Facturez le même séjour à 1000€, il se vendra comme des petits pains.

Dans le cas d'une formation, le contexte est différent.

En adoptant ce principe selon lequel « la qualité a obligatoirement un coût élevé », le consommateur peut, et à juste titre, se poser la question suivante :

« À moins de 2000 euros, existe-t-il une formation valable ? »

C'est l'objectif recherché par ce groupement de marketeurs, blogueurs qui

veulent se différencier du lot en augmentant la valeur perçue du produit par le prix.

Il est justifié qu'une formation dispensée dans un centre agréé ou proposée avec un réel suivi soit proposée à ce type de tarif.

Pourquoi ? Celui-ci supporte bien évidemment des frais de structure (locaux, salaire des formateurs, outils mis à disposition, supports papier, etc.).

Mais dans le cas d'une formation 100% numérique sans suivi individuel, il n'y a quasiment aucune charge structurelle.

Le même produit numérique, qu'il soit revendu 10 ou 100 fois ne coûte pas plus cher en production. C'est, en théorie, l'avantage premier du numérique...

Et puis, vous en conviendrez, ce ne sont pas les quelques heures passées à répondre aux éventuelles questions, en conférence virtuelle, qui peuvent justifier un tel tarif...

La situation est critique...

Certains ne se soucient même plus de savoir si une augmentation de tarif va entraîner une diminution des ventes (à 2000 ou 3000 €, 10 ventes suffisent très largement pour rentabiliser le temps passé à faire une vingtaine de vidéos...).

Alors que d'autres travaillent en priorité sur la qualité de leur produit et moins sur l'emballage.

À l'heure actuelle, le consommateur est pris au piège car ces écarts de prix ne peuvent que les encourager à croire qu'un produit à petit prix est synonyme de médiocrité. Et pourtant, il n'en est rien...

À retenir :

Soyez méfiant lorsque vous visualisez les vidéos de lancement à l'américaine... **Ne vous fiez plus au tarif !**

Gros tarif = grosse commission = nombreuses recommandations... Ne vous fiez pas non plus aveuglément aux recommandations qui tombent dans votre boîte mail.

La très grande majorité des recommandations proviennent de personnes qui n'ont pas pris connaissance de la formation.

Et pour cause : en règle générale, la formation n'est pas encore produite dans son ensemble, juste le premier module... :)

5. Les faux MLM pullulent sur le web



Il est difficile de faire la différence entre un MLM légal et tous ces nouveaux concepts sophistiqués qui vous promettent des gains rapides.

En répondant à 4 questions très simples, vous aurez la capacité de savoir à coup sûr si le MLM proposé est une opportunité ou une arnaque !

Ne confondez pas MLM et système « pyramidal ».

Je trouve très regrettable que des personnes, soit-disant averties, fassent encore la confusion entre un système pyramidal et le MLM.

Le marketing de réseau appelé couramment MLM (*Multi Level Marketing*) est un mode de commercialisation.

Celui-ci permet à une compagnie de distribuer ses produits par l'intermédiaire des recommandations de ses propres clients.

En d'autres termes, les clients deviennent distributeurs en recommandant les produits de la compagnie.

Le MLM, ce n'est rien d'autre que du marketing relationnel !

Ceux qui n'ont pas bien compris la nuance entre le MLM et les systèmes pyramidaux vous diront :

« les gains financiers du MLM résultent d'une progression géométrique du nombre de personnes recrutées ».

Oui effectivement, un distributeur vend les produits de la compagnie et touche des commissions sur ses ventes personnelles, sur les ventes de ses filleuls, des filleuls de ses filleuls et ce, sur plusieurs niveaux.

Et alors, est-ce que l'affiliation sur deux niveaux est illégale ? Bien sûr que non.

Doit-on en conclure qu'un système de rémunération au-dessus de deux niveaux est illégal ? Bien sûr que non.

Le marketing de réseau est une activité parfaitement légale :

« Certaines sociétés de Vente Directe font le choix de distribuer leurs produits ou services par des forces de vente dans lesquelles les vendeurs eux-mêmes sont encouragés à parrainer de nouveaux vendeurs. Cette technique permet de « démultiplier les points de vente ».

Ce mode de distribution original de produits aux particuliers, inspiré des méthodes américaines, est parfaitement légal.

Il a été reconnu et encadré par la législation française afin de le distinguer clairement des pratiques déloyales, à l'égard des vendeurs comme des clients, que sont les ventes à la boule de neige et les systèmes pyramidaux. »

Source fvd.fr.

Pour être certain de travailler avec un MLM légal, vous pouvez consulter la liste des adhérents de la [FLD \(Fédération de la vente directe\)](#).

Comment reconnaître un système pyramidal ?

Pour répondre à cette question de manière simple, procédons par une série de questions/réponses :

Question 1 : Est ce que vous achèteriez le produit s'il n'y avait pas un plan de rémunération alléchant ?

Réponse : Non - Forte présomption de système de vente pyramidal.

Pour qu'un MLM soit légal, le produit doit être réel et vendu au prix du marché.

Réel ne veut pas dire un produit banal tel qu'un produit numérique que l'on peut trouver pour quelques euros ou gratuitement sur le Web...

Question 2 : Est-ce que la compagnie vous propose d'acheter le produit sans que vous soyez obligé d'être distributeur ?

Réponse : Non - C'est un système de vente pyramidal.

Pour qu'un MLM soit légal, il doit donner la possibilité à ses clients d'acheter ou non le produit ou service sans aucune autre obligation.

Question 3 : En tant que distributeur, est-ce que si j'arrête de recruter, mes revenus s'arrêtent aussi ?

Réponse : Oui - C'est un système de vente pyramidal.

Nous retrouvons ce cas de figure avec des matrices à débordement. Le principe de ces matrices est simple. Pour continuer à recruter, vous devez payer une nouvelle position dans la matrice.

Question 4 : Est-ce que les gains proviennent de la vente du produit ?

Réponse : Non - C'est un système de vente pyramidal.

Les gains ne doivent pas provenir du recrutement ou d'un droit d'entrée. Vous devez recommander un produit et non un système de gains !

Répondez donc à ces 4 questions.

Si la réponse de l'une d'entre elles correspond à un système pyramidal, vous savez maintenant à quoi vous en tenir.

Encore la supercherie du rapide, du facile...

Généralement, les compagnies de MLM séduisent leurs distributeurs en proposant un plan de rémunération qui fait rêver.

Rien d'illégal. Toutefois, il ne faut pas être ébloui par la progression géométrique des nombres du genre :

- niveau 1 : 5 personnes,
- niveau 2 : 25 personnes,
- niveau 3 : 125 personnes,
- niveau 4 : 625 personnes, etc.

Pour se constituer une équipe de vente de plusieurs centaines de personnes, il faut être très actif en parrainant.

Le parrainage, ce n'est pas synonyme de recrutement. Il faut que vous désiriez sincèrement aider le futur partenaire (filleul) à créer son propre réseau.

Le parrainage est le principal facteur de croissance de toute entreprise de marketing de réseau (MDR). Plus votre réseau s'étend, plus vous avancez sur la voie de l'indépendance, et plus aurez de raisons de vous féliciter de votre réussite.

Il faut garder à l'esprit que pour réussir avec le MDR, il faut créer son réseau !

Et croyez-moi, ce n'est ni aussi simple ni aussi rapide qu'on essaye de vous le faire croire.

Si vous souhaitez vous investir dans un MLM, prenez conscience dès maintenant que vous démarrez une vraie entreprise.

Et pour réussir, l'élément le plus déterminant est le produit vendu et non le plan de rémunération !

Ce produit ou service doit vous apporter satisfaction afin que vous soyez en mesure de le recommander objectivement.

À retenir :

Le MLM est une activité légale.

Choisissez un MLM en fonction du produit vendu.

Réussir en MLM demande une forte implication.

Un MLM est légal uniquement si :

- le produit est réel et vendu au prix du marché ;
- le produit peut être acheté sans l'obligation d'être distributeur ;
- les gains peuvent être récurrents même si vous arrêtez de recruter.
- les gains proviennent de la vente d'un produit réel.

Après lecture..., j'espère que vous serez capable de faire la différence entre un MLM et un système pyramidal !

6. Suivez-moi car je gagne 10 000€/mois



L'année 2011 est un cru exceptionnellement étonnant !

Apparemment, la crise économique n'empêche pas ces nouveaux blogueurs, coachs..., sortis de nulle part, de gagner des revenus mensuels à 4 chiffres.

Mais qu'en est-il de la véracité de ces informations ?

Ont-ils une recette fiable à nous proposer ?

Quel est l'argument principal de ces nouveaux « riches entrepreneurs » ?

J'en suis sûr, vous connaissez déjà la réponse : les chiffres qui font rêver...

Pour crédibiliser leur méthode..., ces nouveaux arrivants de fin 2010, 2011 ont tous un point commun.

Ils mettent en avant les gains qu'ils génèrent grâce à leurs sites Web ou leurs blogs.

Nous remarquons que l'approche est quasiment la même, du genre :

- Je gagne 10 000 /mois avec mon blog.
- J'ai gagné 200 000 € de chiffre d'affaire.
- Je gagne 500€/ jour.
- J'ai fait 30 000 € supplémentaires en 48h.

C'est étonnant car il y a un an de cela, ces personnes étaient inconnues au « bataillon »...

Pourtant, gagner 5000, 8000, 10000 euros/mois via Internet est une affaire d'années....

Comme par enchantement, du jour au lendemain, ces « entrepreneurs » lancent des méthodes qui devraient nous enseigner comment réussir sur Internet, comment devenir aussi riche qu'eux.

Mais avant de succomber à la tentation de ces belles promesses axées sur des méthodes « raccourcies », il serait toutefois raisonnable de se poser les bonnes questions...

A-t-on une preuve tangible des chiffres annoncés ?

La question qui consiste à demander à un entrepreneur une preuve de ses gains est une approche déplacée. C'est une question d'ordre privé.

Imaginez-vous un chef d'entreprise justifier la qualité des produits qu'il vend au travers de son revenu ?

Le revenu d'un chef d'entreprise n'a rien à voir avec la qualité de son produit ou service y compris sur le Net.

Mais pour celui qui présente sa réussite comme finalité, le contexte est bien différent.

S'il a réellement obtenu ces résultats, alors :

- Pourquoi les comptes ne sont-ils pas publiés ?
- Pourquoi les Urls des sites si prometteurs ne sont-elles pas présentées ?
- Pourquoi l'entreprise si bénéfique vient-elle d'être vendue (c'est ma préférée) ?
- Pourquoi le soit disant revenu mensuel provient-il de sites inconnus de tous ?
- Etc.

Cela ne vous étonne pas vous, tout ce manque de transparence ?

Depuis la loi de modernisation de l'économie de juillet 2008, les sociétés de capitaux et notamment les S.A.R.L. peuvent opter pour l'assujettissement à l'impôt sur le revenu sur une période de 5 exercices. Ce qui explique, en autres, que nous n'ayons pas accès au bilan de l'entreprise.

Mais alors, pourquoi ceux qui vous indiquent des chiffres « pharaoniques » ne font-ils pas certifier leur CA par un huissier ?

Faites la demande, vous verrez, le discours sera détourné...

(dixit Joël, juriste entre autres).

Petite parenthèse : ne confondez pas CA et salaire...

Voici un exemple réel pour une meilleure compréhension :

La société où travaille ma femme a fait 1 million d'euros de CA l'an dernier. Cette entreprise a pourtant enregistré un déficit de 300.000 € en fin d'année. Et le gérant majoritaire de cette société ne dégage qu'un salaire de 6000€/mois. Vous voyez la nuance entre CA et salaire...

Et puis, quand bien même les résultats avancés seraient réels...

Pensez-vous obtenir les mêmes résultats ?

En d'autres termes, proposent-ils une formation qui entre dans le détail ou est-ce une méthode qui ne fait que survoler les aspects fondamentaux d'une Net-entreprise ?

C'est une question importante car la réussite sourit à ceux qui ne cherchent pas à brûler les étapes.

Schématisons.

Chemin 1 :

Imaginons que pour monter un projet dans les règles de l'art, vous avez besoin de franchir 10 étapes.

Chemin 2 :

Imaginons que la méthode « raccourcie » proposée survole les étapes 2 à 9 pour atteindre plus rapidement la 10^e.

À votre avis, quel chemin vous amènera le plus rapidement à la bonne destination ?

Le chemin 1 ou le chemin 2 ?

Je vous laisse le soin de répondre à cette question.

Imaginez maintenant que :

« Zidane vous vend un livre numérique, tiré de sa propre expérience qui titrerait Comment devenir international de football en 15 leçons. Son témoignage serait réel et attesterait de l'efficacité de ses techniques. Pourtant, vous auriez du mal à y croire non ? »
Jean Michel Silone

À quoi je veux en venir ?

Ce n'est pas parce que Mr X a réussi avec une méthode Y qu'il en sera de même pour tous.

Bien entendu, vous pouvez vous inspirer de sa manière de travailler mais si vous souhaitez avoir du succès, vous n'aurez pas d'autre choix que de voler de vos propres ailes et d'inventer votre futur...

Observez !

Avec ces méthodes, qui a réellement réussi ?

Vous n'allez tout de même pas passer votre temps à sauter d'une méthode à l'autre parce qu'ils vous promettent des chiffres rêveurs.

Il va bien falloir qu'un jour, avant d'être complètement démotivé, vous cessiez d'être en quête de la nouvelle méthode car les anciennes n'ont pas fonctionné.

Petit mot de la fin

Essayez une bonne fois pour toutes de faire le distinguo entre « méthode miracle » et « formation ».

La « formation » ressort d'un domaine professionnel, les méthodes présentées par certains ne sont pas des formations mais uniquement une « offre commerciale enrobée d'un papier cadeau ».

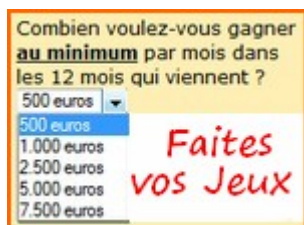
Et donc comme tout cadeau, cela peut plaire (convenir) à certains et pas à d'autres (marchés, produits, etc.).

En achetant des billets de loterie, vous pouvez aussi gagner 500€, 5 000€, 500 000€...

À retenir :

Faites attention à ces beaux parleurs qui mettent en exergue un « revenu mirage » au détriment de la qualité du service offert !

7. La fameuse garantie qui fait mouche !



Vous connaissez tous la garantie « Satisfait ou remboursé » qui a pour fonction de vous rassurer lors d'une décision d'achat.

Eh bien, sachez que ce type de garantie peut DÉMULTIPLIER vos ventes **SI...**

... vous préférez la prospérité à l'éthique.

Voyons ensemble l'historique de cette fameuse garantie.

La garantie standard : sans conditions

C'est la garantie que l'on rencontre habituellement.

Testez sans risque pendant 30 jours.
Si au bout de ces 30 jours, vous n'êtes pas satisfait de ce que vous avez appris, nous vous remboursons sans discuter.

Cette garantie est indispensable car, du point de vue du client, il a l'assurance d'être remboursé dans le cas où le produit ne lui plairait pas ou ne fonctionnerait pas.

Par exemple, achèteriez-vous une chaîne hi-fi à 2000 € sans garantie de remboursement en cas de panne ? Bien sûr que non.

En vous mettant dans la peau de vos clients, vous comprenez donc que leur satisfaction doit être assurée.

De plus, l'achat d'un produit sur Internet comporte, pour le client, un risque plus élevé qu'un achat en magasin.

Celui-ci ne pouvant pas visualiser le produit ou le tester, il ne peut juger de sa qualité.

Cette technique n'est pas nouvelle et l'efficacité de cette promesse n'est plus à démontrer.

Cette garantie étant devenue trop banale, certains marketeurs ont poussé la promesse vers...

La garantie « Remboursé et payé »

Cette garantie propose un gain :

Si au bout d'un an, vous n'arrivez pas à rembourser **10 fois la somme que vous avez investie** dans ce cours, je vous rembourse le double. Bien entendu, vous devez fournir la preuve de votre échec et me démontrer que vous avez bien suivi ma méthode.

C'est une technique marketing (ou de manipulation) pour vous persuader de la qualité du produit vendu. En général, ce type de garantie est associé à la vente de méthodes, cours... qui promettent une réussite certaine, à condition de...

Le principe est de proposer au prospect de le rembourser le double ou plus de ce qu'il a investi si celui-ci n'obtient pas les résultats voulus en suivant les conseils et méthodes décrits dans le produit acheté.

Levez la main ceux qui ont suivi ce type de cours et qui ont fait jouer cette garantie ? En général, personne n'en fait la demande. Pourquoi ? Difficile d'expliquer son échec ou de se justifier...

Je me suis dit : « *Cette garantie, elle est sympathique mais il est VRAIMENT impossible de la proposer telle quelle.* »

Pourquoi ? La raison est simple !

Sans connaître le sérieux et les compétences de la personne qui va utiliser le produit, comment voulez-vous savoir si oui ou non elle va gagner X fois la somme investie ?...

La garantie de gain proportionnelle au prix de la formation

Deux exemples pour que vous compreniez bien.

Formation vendue à 2000 € :

avec une garantie qui offre le remboursement si la personne ne réalise pas **au moins 2000 € de CA par mois** à l'issue d'une période de 365 jours et bien sûr après avoir mis en pratique ce qui est enseigné.

Formation vendue à 1000 € :

avec la promesse de réaliser **500 € par mois** grâce à la publicité et à l'affiliation ou **1000 €** par mois grâce à la vente de son propre produit...
Il va sans dire que ce type de procédé est accompagné d'un texte mettant le prospect dans une situation d'urgence : le nombre de places est limité, les inscriptions vont bon train, les portes vont bientôt fermer, il faut se décider rapidement à faire partie des « chanceux » qui auront pu embarquer !

En toute logique, c'est normal que les ventes se fassent rapidement. Imaginez le nombre de personnes qui n'ont aucun point de repère pour savoir si une telle garantie est fiable ou non.

Imaginez maintenant que cette garantie soit véritable !

- Vous investissez 2000 €, 12 mois plus tard : 2000€/mois
- Vous investissez 1000 €, 12 mois plus tard : 1000€/mois
- Vous investissez 500 €, 12 mois plus tard : 500 €/mois

C'est vraiment génial !!! Faites vos jeux !

Je ne comprends pas pourquoi l'économie de notre pays ne s'est pas inspirée de ce modèle...

Je finirai en vous disant qu'on voit vraiment de drôles de choses sur Internet.

Récemment, j'ai vu quelqu'un proposer une garantie satisfait ou remboursé de 365 jours, sans aucune condition. Très bien.

Le seul problème c'est qu'il n'y avait sur son site aucune rubrique affichant les conditions générales de vente (ou CGV), ce qui, en principe, n'est pas légal.

Ce n'est pas non plus le meilleur moyen de rassurer ses clients bien que cette personne dise haut et fort avoir une sainte horreur des charlatans.

Comme quoi, il faut penser à tout. Et avant d'offrir une garantie de remboursement, ce qui apparaît toujours comme l'argument absolu, celui qui va « emporter la vente », il faut d'abord veiller à rassurer ses clients sur le cadre de la vente elle-même. C'est à ça que servent les CGV. C'est la base.

À retenir :

Maintenant, en mettant votre éthique de côté, vous connaissez l'une des tactiques qui font MOUCHE pour prospérer !!

Faites toutefois attention que ce ne soit pas vous la mouche...

Méfiez-vous des belles promesses, ne vous laissez pas piéger par le miel qui se dégage des lettres de vente que vous voyez passer tous les jours.

Faites appel à votre rationalité et demandez-vous si ces belles promesses et ces garanties « en béton » sont bien aussi raisonnables qu'elles en ont l'air...

Pour la prochaine supercherrie, je vous montrerai la « ruse » de certains marketeurs qui crédibilisent leur offre en obtenant des témoignages sans vendre aucun produit...

8. Des témoignages de complaisance pour vous rouler dans la farine.



Si je vous dis qu'il est indispensable que votre page de vente contienne des témoignages de vos clients, je ne vous apprends sûrement rien.

De ce constat, et pour obtenir ces fameuses « preuves sociales », certains ne reculent devant rien... **Voulez-vous savoir comment ?**

La technique dévoilée.

Pour obtenir des témoignages de complaisance, certains marketeurs utilisent une technique que j'appellerai « la technique des bêta testeurs ».

Cette pratique en elle-même est honnête. Mais pour vendre plus, dès le départ, dès le lancement de produits, ce procédé peut être employé de façon douteuse...

Le principe est simple :

Pour obtenir des recommandations sans avoir besoin d'avoir de réels clients, on offre à ses contacts le « produit » contre un témoignage.

Vous pouvez donc recevoir ce genre de message :

« Préparant la sortie d'une nouvelle formation sur..., je recherche 5 bêta lecteurs. Je suis disposé à vous donner accès gratuitement à une version bêta de ma formation, en échange de votre témoignage. »

Si vous acceptez le « deal », bien entendu, vous aurez un questionnaire à remplir.

Ce questionnaire servira à orienter le témoignage vers des réponses mettant en avant les bénéfices et les avantages du produit.

Vous l'avez compris...

Avant même d'avoir vendu un seul exemplaire de son « produit », le marketeur a fait le nécessaire pour obtenir une ribambelle de témoignages sur sa page de vente.

Personnellement, ce simple constat me met la puce à l'oreille sur la véritable crédibilité des témoignages présentés.

Et là où tout ce « petit manège » devient risible, c'est quand on trouve...

Toujours les mêmes « têtes » qui témoignent.

Vous savez qu'un témoignage aura bien plus d'impact si celui-ci a été écrit par une personne influente, une personne qui a obtenu une certaine notoriété sur son marché.

La grande majorité des lecteurs seront donc bien plus réceptifs à la recommandation d'une personne reconnue.



Je n'ai pas compris la 11ème loi...
"Tu ne mentiras pas sur Internet"

De ce fait, surtout sur le marché du webmarketing, les marketeurs se contactent et s'échangent gentiment des témoignages de complaisance.

Le principe est simple.

- Je te fais un témoignage pour ton produit.
- Tu me fais un témoignage pour mon produit.

Ces témoignages servent donc à crédibiliser le produit dès la phase de lancement.

Et là où cette technique devient ridicule, c'est que maintenant, on retrouve toujours les mêmes têtes sur les pages de vente.

Vous en conviendrez, un marketeur qui offre son témoignage tous les quatre matins pour la sortie d'un nouveau produit ne me donne vraiment pas envie de lui faire confiance.

Alors je ne sais pas si vous continuez à tomber dans le panneau, mais ce type de situation me fait penser à trois choses :

- Le vendeur du produit est-il honnête envers ses prospects ?
- Le produit est-il réellement de qualité ?
- Le témoin est-il crédible ou mérite-t-il sa notoriété ?

Le revers de la médaille.

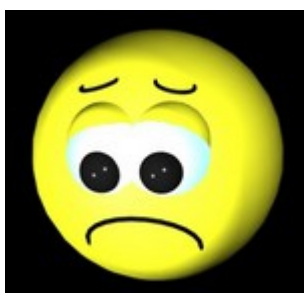
Les gens ne sont pas dupes. Tout du moins, j'espère qu'un grand nombre de personnes arrive à déceler ce type de supercherie.

Le nombre de « faux témoignages » étant élevé, l'impact des témoignages pour vendre un produit a bel et bien perdu de son ampleur.

Quel dommage !

Le témoignage restera pour moi :

- Un très bon moyen de savoir si le produit ou service est de qualité.
- Une marque de reconnaissance.



À force de vouloir vendre toujours plus, à force d'utiliser tous les procédés marketing à tort et à travers, nous allons entrer (si ce n'est pas déjà le cas) dans une ère où personne ne croira plus en rien.

Cette situation est doublement gênante pour tous ceux qui vendent leurs produits honnêtement en présentant de réels témoignages.

Il est à mon sens bien plus rentable sur le long terme de rester honnête vis-à-vis de ses lecteurs.

À retenir :

Si vous souhaitez obtenir des témoignages pour crédibiliser votre offre :

- commencez par réaliser un bon produit,
- offrez-le à certaines personnes pour savoir ce qu'elles en pensent,
- vendez votre produit,
- obtenez des témoignages de vos acheteurs.

Ces témoignages auront dans ce cas une réelle signification.

Ils ne seront pas truqués et présenteront le véritable ressenti du client.

Et les personnes à qui vous aurez offert votre produit se feront un plaisir de témoigner si votre produit est de qualité.

Vous voyez...

Que vous souhaitiez obtenir des témoignages spontanés ou que vous les demandiez, il est toujours possible de les acquérir sans tromper ses lecteurs !

9. Souvenez-vous !

Ayez toujours la conviction qu'une formation sérieuse, présentant dès le début du processus la mise en place d'une étude de marché, d'un plan d'affaires, est l'unique voie pour mettre en place un projet fiable sur le long terme...

À moins d'avoir une chance insolente :

- si vous n'avez pas la foi dans votre projet,
- si vous n'êtes pas volontaire, courageux et combatif,
- ... votre réussite sera compromise.

Pour maximiser vos chances de réussite et ne pas compter que sur la chance, commencez par apprendre à structurer votre projet.

C'est le meilleur conseil que je puisse vous donner...

C'est à vous :

- De ne pas succomber à ces belles promesses d'argent facile/rapide, aux formations « *je te montre et tu fais pareil* » promettant la lune...
- De ne pas vous faire « endormir » avec ces jolis concepts qui, sous couvert de vous rendre autonomes, vous apprennent surtout à devenir des « suiveurs ».
- De ne pas crier à l'arnaque puis de vous retrouver quelques mois plus tard à faire de l'affiliation pour vendre leurs supercherries...

Oubliez les pères Noël du Web...

Créer un e-business demande des compétences à son créateur tout comme pour une entreprise traditionnelle.

C'est vous le chef d'orchestre de votre propre réussite.

Par exemple, si vous souhaitez **valoriser votre savoir sur Internet**, je vous conseille fortement d'utiliser les [bons outils](#) et surtout d'apprendre le métier du [formateur en ligne](#).

À votre réussite !