



# Internet Business Manifesto (en V.F. !)

Une Grosse Boîte n'est Jamais qu'une Petite Boîte  
qui a Su Prendre Les Bonnes Décisions...  
Tout Propriétaire d'un Business Florissant a Un Jour Été  
un Chercheur d'Opportunités qui s'est Transformé en Entrepreneur...

# Table des matières

AVANT-PROPOS .....	1
LES "SECRETS" D'UNE GROSSE REUSSITE SUR INTERNET.....	2
QUI EST RICH SCHEFREN? .....	2
POURQUOI AI-JE ENVIE DE PARTAGER CES SECRETS? .....	3
LA RAISON POUR LAQUELLE LA PLUPART DES WEBMARKETEURS RENCONTRENT DES DIFFICULTÉS.....	4
CONSIDÉRER INTERNET AVEC UN REGARD NEUF .....	4
LE TEMPS PRESSE, MAIS VOUS POUVEZ ENCORE CARTONNER AVEC UNE WEBENTREPRISE.....	6
LES OBSTACLES ENTRE VOUS ET LE SUCCÈS DE VOTRE BUSINESS EN LIGNE .....	7
UNE MAUVAISE STRUCTURATION DE VOTRE BUSINESS VOUS OBLIGERA À FAIRE TOUT LE BOULOT.....	8
FRUSTRATION, SURMENAGE ET RÉSULTATS MARGINAUX .....	14
JOUER À "JACQUES A DIT" N'EST PAS UNE BONNE STRATÉGIE.....	15
POURQUOI LES GOUROUS EUX-MEMES ÉCOUTENT ATTENTIVEMENT CE QUE J'AI À LEUR DIRE ..	16
SAVEZ-VOUS CE QUE VAUT UNE HEURE DE VOTRE TEMPS?.....	17
LA DIFFÉRENCE ENTRE TEMPS PRODUCTIF ET TEMPS PERDU.....	19
LE MOYEN LE PLUS SIMPLE ET LE PLUS SIMPLE DE BOOSTER VOTRE RENDEMENT HORAIRE.....	21
UTILISER L'EFFET DE LEVIER ET LA SYSTEMATISATION PEUVENT FAIRE DE VOUS UN HOMME RICHE.....	22
LE CONCEPT DE TRAVAILLER MOINS POUR GAGNER PLUS .....	22
LA VÉRITABLE DIFFÉRENCE ENTRE LA BONNE ET LA MAUVAISE SOUS-TRAITANCE .....	23
QUELLE QUESTION VOUS POSEZ-VOUS LORSQUE VOUS ENVISAGEZ D'OUTSOURCER?.....	24
COMMENT RENDRE VOTRE BUSINESS ET VOTRE SOUS-TRAITANCE DIX FOIS PLUS RENTABLES .	24
VOUS ETES UN CHEF DE PROJET SANS FORMATION QUI GÈRE DES PROJETS!.....	25
COMMENT EFFECTUER LE TRAVAIL EN DEHORS ET À L'INTÉRIEUR DE VOTRE BUSINESS .....	26
LES INDICATEURS : LE LANGAGE DU BUSINESS (ET DES PROFITS).....	27
RÉCAPITULATIF RAPIDE DE LA CONSTRUCTION D'UN BUSINESS SUR LE WEB .....	28
FAITES EXPLOSER LES RÉSULTATS DE VOTRE BUSINESS .....	29

---

# Avant-Propos

## De 15 000\$ Par Mois à 184 000\$ Par Mois



Salut, Je m'appelle Mike Filsaime. Vous avez probablement entendu parler de mes succès avec Butterfly Marketing mais vous n'avez sûrement jamais entendu parler du stratège qui me conseillait dans l'ombre à chaque étape. Il s'appelle Rich Schefren.

Cela fait maintenant plus d'un an que Rich est devenu mon coach pour la croissance de mon business. J'ai travaillé avec lui en face-à-face et j'ai mis en application ses stratégies.

Depuis le premier jour, Rich m'a aidé à planifier et à faire croître mon business sur Internet. Ses idées et ses questions m'ont obligé à prendre du recul et à me remettre en question. Mon succès en affaires n'est pas arrivé tout seul; Rich m'a aidé à tracer un chemin que j'ai ensuite suivi.

Avant de rencontrer Rich, je m'en sortais plutôt bien sur Internet; je gagnais 15 000\$ par mois. En Mai 2006, nous avons réalisé un chiffre d'affaires de 184 000\$ et sans que cela coïncide avec un seul lancement de produit. C'est le genre de chiffres auxquels je me suis habitué depuis que j'ai commencé à travailler avec Rich. (Le business de Mike lui fait gagner à présent plus d'un Million de Dollars par mois!)

Écoutez bien. Je n'ai pas fait qu'écouter les stratégies de Rich, je les ai mises en application. Il y a beaucoup de conneries qui traînent sur Internet – c'est l'une des exceptions.

Mettez ces stratégies en application et vous prospérerez.

## 3,1 Millions de Dollars de Mercis



Salut. Je m'appelle Harlan Kilstein, je suis dans le marketing direct. J'ai rencontré Rich Schefren car nous possédions tous deux un cabinet d'hypnose. Non, attendez, je préfère reformuler ceci – j'avais un cabinet – il avait un business. Lorsque je gagnais 5000\$ par semaine, Rich en gagnait 145 000\$.

Lorsque j'ai eu l'opportunité de connaître Rich, j'ai commencé à comprendre que son succès n'était pas un accident.

De temps à autre, lorsque j'arrivais à lui prendre un moment de son temps, je mettais moi-même en application ses stratégies. Qu'importe à quel point je pense comprendre le marketing, Rich a toujours des années lumières d'avance. Je pense avoir gagné environ 3,1 Millions de dollars en écoutant les stratégies de Rich. Je vous recommande de faire de même. J'ai lu le manifeste que Rich a écrit et j'en ai souligné des passages au marqueur sur chaque page. Ce rapport n'est pas qu'une simple lettre de vente; **c'est une mine d'or.**

# Les "Secrets" d'une Grosse Réussite sur Internet

Ce que vous tenez à présent dans vos mains n'est qu'un aperçu de mes deux années de recherche et de tests intensifs auprès de certains des plus grands marketeurs online et offline.

Jusqu'à présent, cette information avait été tenue secrète pour n'être révélée qu'à un nombre restreint de marketeurs qui avaient été acceptés en tant que clients du meilleur programme de coaching sur Internet. De célèbres marketeurs comme Jim Edwards, Mike Filsaime, Brad Fallon, Tellman Knudson, (et de très nombreux gourous Internet qui préfèrent rester anonymes) m'ont payé 11000 \$ d'avance pour que je re-pense et re-conçoive leurs business.

Je vous conseille *fortement* d'imprimer tout de suite ce manifeste et de commencer à le lire immédiatement.

Et plus encore, la page 14 contient un tableau que je vous conseille d'imprimer et d'afficher au dessus de votre bureau.

Vous y trouverez un concept fondamental et de nombreuses personnes ont fait fortune après avoir compris les concepts que vous allez recevoir ici gratuitement.

## Qui Est Rich Schefren?

Vous me connaissez peut-être grâce au travail que j'ai effectué avec Jay Abraham, John Carlton, Jeff Paul, Stephen Pierce, Yanik Silver, Jeff Walker et Alex Mandossian.

Puis, il y a environ un an et demi, j'ai disparu du devant de la scène pour commencer à travailler sur un programme de coaching de très haut niveau qui est devenu très célèbre dans les hautes sphères du marketing Internet.



Si vous faites partie des "initiés" du marketing Internet, il y a des chances que vous ayez entendu parler de mes clients et des résultats phénoménaux qu'ils obtiennent.

Cela fait longtemps que je travaille dans ce secteur, et pourtant il semble que je reste un inconnu mystérieux pour les marketeurs Internet qui ne font pas partie des "initiés". Ceci s'explique par le fait qu'au cours des deux dernières années, j'ai été le "**coach de business secret**" qui travaille *dans l'ombre* auprès de gourous du marketing Internet et d'entreprises valant plusieurs millions de dollars.

Jusqu'à récemment, j'ai évité le devant de la scène et toute sorte de publicité en ligne de manière intentionnelle... en dépit du fait d'être un des coach de business sur Internet les plus recherchés et les plus efficaces dans le monde.

Cela me fait toujours bizarre de le dire (et je vous le dis ici car c'est important pour vous aider à comprendre la puissance des méthodes que je m'appête à vous révéler) ... mais mes accomplissements sont en quelque sorte devenus *légendaires*:

- À l'âge de 22 ans, j'ai transformé une entreprise de vêtements d'une valeur de 1,5 millions de dollars en une entreprise faisant 6,5 millions de dollars en trois ans.
- À l'âge de 26 ans, j'ai lancé un centre d'hypnose qui est devenu un business d'une valeur de 7,5 millions de dollars en moins de quatre ans.
- À l'âge de 31 ans, je me suis lancé dans le marketing sur Internet et, au cours des deux premières années, j'ai généré plus de quatre millions de dollars grâce à des partenariats avec Jay Abraham, John Carlton, Jeff Paul, Stephen Pierce, Yanik Silver, et Alex Mandossian.
- À l'âge de 33 ans, j'ai commencé à travailler sur un programme de coaching systématisé dont la liste des membres pourrait faire figure de "bottin mondain" de l'Internet (1 shoppingcart, Jim Edwards, Mike Filsaime, Brad Fallon, Harlan Kilstein, Tellman Knudson, et de nombreux autres que je n'ai pas la permission de mentionner) et où chaque membre a atteint en moyenne une croissance de plus de 1,5 million de dollars au cours des 16 derniers mois.

J'ai également gagné des millions sur mes propres segments de marché, en tant que conseiller en ligne et partenaire chez Agora Publishing (Maison d'édition au CA de 250 millions de dollars qui publie des lettres d'informations liées au marketing), en tant que partenaire marketing auprès de joueurs de poker professionnels comme Howard Lederer; et grâce à de très nombreuses autres activités en ligne que je préfère garder secrètes.

En conclusion, je sais comment construire et faire croître les business systématisés et leur faire gagner de l'argent.

Je le fais à des fins personnelles depuis 13 ans et cela fait un an et demi que j'enseigne à un certain nombre de poids lourds du marketing mes stratégies d'action.

## Pourquoi ai-je Envie de Partager ces "Secrets"?

Je viens de vous confier qu'au cours des 18 derniers mois j'ai personnellement coaché certains des entrepreneurs les plus prospères du web, vous avez d'ailleurs probablement entendu parler d'un grand nombre d'entre eux. Ce que je ne vous ai pas encore dit c'est que j'ai fait tout ceci avec une autre idée en tête.

J'ai commencé à être un coach car j'avais une vision du business que je voulais créer. Je voulais créer un système qui pouvait fonctionner tout seul (c'est-à-dire sans moi) et aider les entrepreneurs expérimentés et débutants à re-penser leurs stratégies et à automatiser leurs processus d'action, pour pouvoir ainsi multiplier leurs profits tout en diminuant le nombre d'heures qu'il leur fallait travailler.

Ma vision s'est à présent réalisée. Mais j'ai récemment débuté un partenariat qui va me forcer à réduire significativement le nombre d'heures que je consacre à mon entreprise de coaching. Cela signifie que, à part pour un groupe d'entrepreneurs triés sur le volet, la plupart des marketeurs Internet n'auront plus jamais l'occasion que je les coache.

C'est pour cela que j'ai décidé qu'il était temps de transmettre ces informations au plus grand nombre pour que tout le monde puisse en bénéficier.

### Le Coaching du Profit Stratégique

Voici un système qui a fait ses preuves et qui vous permettra, en tant que petit entrepreneur, de rapidement consolider votre rentabilité, de fournir des efforts utiles et de mettre de la meilleure manière qui soit votre affaire en pilotage automatique. Dès lors, vous engrangerez plus de bénéfices, perdrez moins de temps dans un bureau (et pourrez être plus souvent en vacances)... tandis que votre entreprise continuera de fonctionner (et de s'agrandir) avec une efficacité professionnelle déconcertante.

# La Raison pour Laquelle la Plupart des Webmarketeurs Rencontrent des Difficultés

Je viens juste d'assister à une conférence sur le marketing sur Internet. C'était super de voir tous ces visages familiers, tous ces clients connus et d'avoir l'occasion de se faire de nouveaux amis.

Mais cependant, à chaque fois que j'assiste à une conférence de ce type, je suis étonné de constater que la grande majorité des personnes qui y sont présentes considèrent leur business de la mauvaise manière.

Il est triste de voir que **le manque de connaissances fondamentales** des moyens de faire croître une affaire est véritablement la première cause des difficultés rencontrées et du temps perdu.

C'est pour cette raison que la très grande majorité des gens qui débutent sur Internet ne réaliseront pas leurs rêves, même s'ils achètent un très grand nombre de produits pour les étudier religieusement et qu'ils travaillent extrêmement dur.

Je vais m'attaquer aux problèmes que je connais, car je sais d'expérience que ma perspective unique peut vraiment faire une différence énorme dans votre business, comme cela a été le cas avec de très nombreux clients. Je ne peux pas continuer à me tenir en retrait en laissant ainsi tant de rêves échouer à cause d'une mauvaise compréhension des caractéristiques d'un business rentable.

Ce Manifeste aborde ces problèmes, un à la fois, pour vous permettre d'acquérir une vision claire (ce qui vous fait défaut jusqu'à présent) sur la relation que vous entretenez avec votre business (et sur les façons de le faire croître).

Pour commencer, je vais vous montrer comment mes clients ont pu atteindre une croissance moyenne de 1,5 millions de dollars dans leurs business, et je vais vous détailler les concepts exacts à la source de cette croissance.

Mais tout d'abord, jetons un œil à ce qu'est devenu Internet aujourd'hui pour pouvoir le comparer à un business traditionnel...

## Considérer Internet avec un Regard Neuf

Avant d'étudier les stratégies visant à améliorer la croissance, il vous faut prendre un peu de recul et considérer Internet d'un œil nouveau. Il vous faut comprendre dans quelle mesure il s'intègre dans l'univers du business « traditionnel ». Le fait de considérer la façon dont évolue un business traditionnel vous donnera une idée du chemin que va parcourir le web et des évolutions qu'il lui reste à traverser.

Le fait de comprendre l'état actuel du business online (la maturité) est un atout essentiel pour votre succès à long terme.

Tout d'abord, Internet est à nouveau en ébullition. Un nombre toujours croissant d'entreprises s'intéresse à Internet.

La semaine dernière, je suis allé chez Agora Publishing (une compagnie pesant 250 millions de dollars annuels dans le secteur de l'info-marketing) pour planifier un nouveau projet dont je vous parlerai d'avantage dans ce manifeste.

Lorsque je suis arrivé dans leurs bureaux, j'ai été invité à participer à une réunion qui avait déjà commencé.

Étaient réunis cinq des meilleurs éléments de l'entreprise qui planifiaient un plan d'attaque pour les deux semaines à venir sur un segment de marché particulièrement compétitif. Le plan était à la fois simple et implacable; il tirait avantage de leurs forces, et obligerai plusieurs plus petits concurrents du même secteur à mettre la clé sous la porte. J'étais soulagé de ne pas avoir de sites sur ce segment!

Tout ceci m'a rappelé un slide que j'ai utilisé dans un grand nombre de présentations au cours de l'année qui vient de s'écouler.



Si vous avez déjà vu une de mes conférences, peut-être que vous vous en rappelez?

Lorsque je passe ce slide à l'écran, je dis à mes auditeurs que s'ils n'ont pas encore construit un véritable business autour de ce qu'ils sont en train de faire à l'heure actuelle, alors ils devraient penser à en créer un dès aujourd'hui, aussi vite que possible!

Tout ceci s'explique par le fait que les gros business finissent toujours par "écraser" et dévaliser les petits opérateurs indépendants. Et si vous vous y connaissez un peu en business ou que vous avez été témoin de la naissance et de la croissance de n'importe quelle industrie, alors vous avez déjà vu les choses se passer ainsi à de très nombreuses occasions.

Ma propre expérience peut également confirmer cet effet "gros business". Au cours des quatre années que j'ai passé à travailler dans l'industrie textile, période au cours de laquelle mon affaire est passée d'un CA de 1,5 millions de dollars à un CA de plus de 6,5 millions de dollars, je me suis trouvé aux premières loges pour observer la façon dont les gros business éliminaient les plus petits. Ma boutique se trouvait à Broadway, dans le sud de Manhattan.

À cette époque-là, la rue était peuplée de détaillants indépendants qui possédaient chacun une boutique unique – quatre ans plus tard, les loyers avaient explosé en entraînant la faillite des petits et l'invasion de magasins de marques franchisées battait son plein.

Lorsque j'ai abordé le marché de l'hypnose, j'ai créé le plus gros business qui avait jamais été vu dans ce secteur en obligeant des centaines d'hypnotiseurs indépendants à mettre la clé sous la porte. Nous dépensions 3 millions de dollars par an en publicité alors que la compétition ne pouvait que difficilement s'offrir d'en dépenser quelques milliers. Une fois encore, un véritable business a vaincu le petit indépendant.

Mon bon ami, John Carlton, me parle souvent de l'époque où le business de l'info-publicité en était encore à ses débuts et sur la façon dont ils tournaient une pub pendant la journée (style vidéo guérilla) et la diffusait gratuitement la nuit.

Si cette pub entraînait des ventes, ils continuaient à la diffuser sinon, ils se mettaient à tourner une nouvelle vidéo le jour suivant!

De nos jours, si vous voulez être compétitif dans le business de l'info-publicité, il vous faudrait être prêt à y engager des millions. Vous voulez savoir pourquoi?

Parce que cette industrie est arrivé à maturité et que les entrepreneurs qui ont abordé ce secteur comme un vrai business ont eu du succès et ont grandit jusqu'à complètement modifier cette industrie. Une entreprise comme Guthy-Renker, qui était auparavant une entreprise de fabrication de cassettes audio, gagne à présent 750 millions de dollars par an parce qu'elle a abordé l'opportunité de l'info-publicité comme un véritable business.

## **Le Temps Presse, Mais Vous Pouvez Encore Cartonner avec Une Webentreprise**

Je vous raconte tout ceci car lorsque John Carlton me racontait les balbutiements de l'info-publicité, il aurait très bien pu être en train de me parler de l'état actuel du marché du marketing sur Internet.

Trouvez un segment de marché, lancer une page, attirez un peu de trafic via Adwords, et si cela fonctionne, continuez à vous développer. Si ça n'est pas le cas, trouvez un autre segment. Cela vous semble familier, n'est-ce pas ?

Écoutez-moi bien, de plus en plus d'entreprises offline à succès se lancent aujourd'hui dans le business online. Pratiquement toutes les semaines, mon bureau reçoit plusieurs coups de fil de business qui fonctionnent très bien offline et qui veulent s'attaquer au segment de marché équivalent online.

Il existe aussi des entreprises très prospères de marketing direct qui ont déjà fait la transition vers Internet et qui cherchent en permanence de nouvelles niches de marché vers lesquelles diriger leurs immenses ressources de talent.

Et si cela ne suffisait pas, il existe également des consommateurs dans certaines niches qui explorent l'environnement online pour y construire un business autour de leur passion. Oh oui, et n'oublions pas non plus tous les autres marketeurs Internet qui cherchent eux aussi de nouvelles niches à fort potentiel. Cela signifie qu'il y a un très grand nombre de personnes qui n'attendent que de vous faire les poches!

Mais avant d'aller plus loin, je veux partager avec vous ce que m'a dit un jour un expert en prévention du vol à l'étalage lorsque je travaillais dans l'industrie textile. Il m'a confié que les détecteurs en plastique et les vigiles qui parcourent le magasin ne servaient pas véritablement à décourager le vol à l'étalage, il s'agit davantage de rendre votre magasin moins attirant que les autres pour les voleurs.

En d'autres termes, il vous faut avoir davantage de procédés de sécurité que les magasins qui vous entourent – pour que les voleurs aillent là où le vol semble le plus facile.

En définitive, il vous faut créer un effet similaire dans la niche dans laquelle vous opérez. Il vous faut si bien construire votre business et avoir suffisamment de produits à proposer qu'il paraisse indésirable de vous faire de la concurrence. Les compétiteurs aguerris comprendront qu'il vous est possible de donner gratuitement vos produits d'appel (front-end products), ou de proposer une commission d'affilié de 100%, sans que cela affecte vos revenus car il vous resterait les bénéfices des produits supplémentaires (back-end products), des ventes croisées (cross-sells) et des ventes additionnelles (upsells).

Et la bonne nouvelle, c'est qu'il vous reste *encore* du temps. L'Internet est encore un peu comme le Far West, vous pouvez encore trouver une niche porteuse et y construire un business, mais je vous promets que cette opportunité ne durera pas éternellement. Jetons à présent un oeil aux quelques obstacles qui vous barrent la route...



# Les Obstacles Entre Vous et le Succès de votre Business en Ligne

Maintenant, vous savez comment Internet évolue. Vous savez aussi que vous devrez construire un **véritable business**.

Considérons désormais les obstacles qui pourront s'ériger si vous voulez construire un business en ligne pérenne. En prenant conscience et en éliminant ces problèmes, vous pourrez faire croître votre business plus rapidement (et plus facilement) que vous ne l'auriez imaginé. Il s'agit ici d'utiliser les mêmes concepts que mettent en place les entrepreneurs à la tête de business florissants.

Le format de cette section va ressembler à un diagnostic médical. Vous verrez le problème, ses symptômes, ses causes et nous envisagerons une solution. Considérons tout d'abord un problème fondamental que la plupart des marketeurs Internet rencontrent.

**Symptômes:** Acheter tous les produits, logiciels etc avec lesquels vous croyez pouvoir gagner de l'argent, sans aucun résultat.

**Cause:** Mode de pensée opportuniste

**Problème pour un business Internet:** Manque de stratégie

Le premier obstacle qu'il vous faut envisager c'est vous-même et votre façon de penser.



Voilà comment je vois les choses: il existe deux façons de penser **diamétralement opposées** pour construire un business et gagner de l'argent sur Internet. Il y a le mode de pensée opportuniste et le mode de pensée stratégique. Le slide provient d'une présentation que j'ai effectuée au cours de mon programme de coaching d'élite.

Voilà comment cela fonctionne: Les chercheurs d'opportunités pensent de manière opportuniste et les entrepreneurs pensent de manière stratégique.

Un chercheur d'opportunité cherche constamment l'opportunité du moment qui va lui permettre de gagner un maximum d'argent. Son seul critère est: "Est-ce que je peux gagner de l'argent avec ça?" Alors, aujourd'hui ça sera AdSense, demain cela sera autre chose, et hier c'était un super concept que tout le monde a déjà oublié.

Les chercheurs d'opportunités achètent beaucoup de produits et logiciels, qu'ils utilisent peu au final, et qu'ils abandonnent dès qu'un nouveau moyen "soi-disant" facile de gagner de l'argent se présente à eux. La question qu'ils se posent est la suivante: "Quel est le moyen le plus simple pour moi de gagner de l'argent tout de suite?"

D'un autre côté, un véritable entrepreneur est une espèce totalement différente. Un entrepreneur a une vision claire de ce qu'il veut que son business devienne. Cette vision lui permet d'analyser ses propres points forts, ceux de la compétition, les préférences du marché et de mettre au point différentes stratégies pour mener à bien sa vision.

Après avoir pesé le pour et le contre de chaque stratégie potentielle il choisit celle qui lui permettra le plus probablement de réaliser sa vision.  
Voici à présent une information que tout marketeur direct un peu averti confirmera. Il est environ 100 fois plus facile de vendre quelque chose à un chercheur d'opportunité qu'à un entrepreneur.

Pourquoi? Parce que le chercheur d'opportunité n'a aucun critère défini – si vous arrivez à le convaincre qu'il peut gagner de l'argent avec votre produit, alors vous avez fait une vente. D'un autre côté, un entrepreneur doit comparer ce que vous lui proposez avec ses plans actuels – votre produit lui permettra-t-il de réaliser plus facilement sa vision? S'agit-il d'un produit qui s'accorde avec son approche stratégique et, si c'est le cas, en quoi est-il supérieur à ce qu'il possède déjà?

Mais la très grande majorité des webmarketeurs ne sont rien de plus que des chercheurs d'opportunités!

Ils n'ont aucune stratégie, ils passent d'une approche à l'autre, et bien qu'ils aient une idée des revenus qu'ils veulent gagner, ils n'ont aucune vision du business qu'il leur faut créer pour y arriver.

Et étant donné qu'ils ne possèdent pas de vision claire, ils n'ont pas non plus de plan détaillé à suivre pour accomplir cette dernière. Ils finissent donc par acheter tout ce qui se présente à eux qui leur promet de l'argent facile en espérant que « cette fois-ci sera la bonne ». Ils adorent particulièrement (et sont les victimes) des produits "Business clés en main" qui leur promettent d'énormes gains venant récompenser peu ou pas d'efforts.

Très bien, admettons maintenant que je vous aie convaincu qu'il vous faut être un vrai entrepreneur et construire un business (ou que vous le saviez déjà).  
Parlons à présent de ce qui vous barre la route...

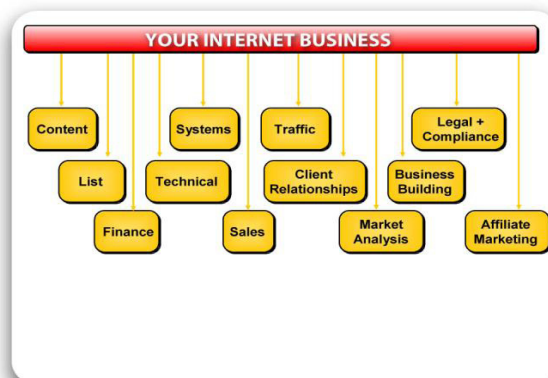
## Une Mauvaise Structuration de Votre Business Vous Obligera à Faire TOUT le Boulot

Dans la section qui suit vous constaterez que j'ai divisé la conception traditionnelle d'un business Internet en douze catégories essentielles. Chacune d'entre elles a son importance.

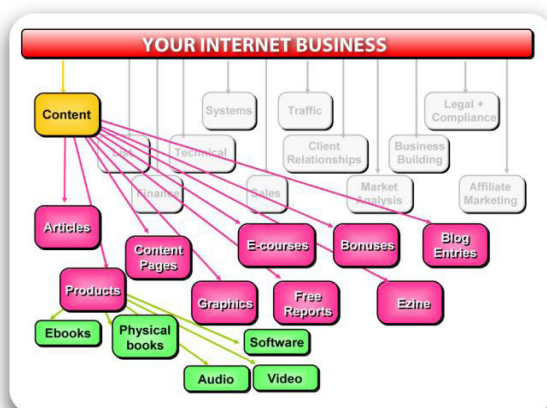
Mais il serait cependant possible de plonger bien plus loin dans la structure d'un business Internet, n'est-ce pas? Tout ça n'est pas si simple.

Il est possible de diviser chacun de ces secteurs en plus petites sections – représentant les choses qu'il faut véritablement faire.

Jetons un œil à chacune de ces activités...

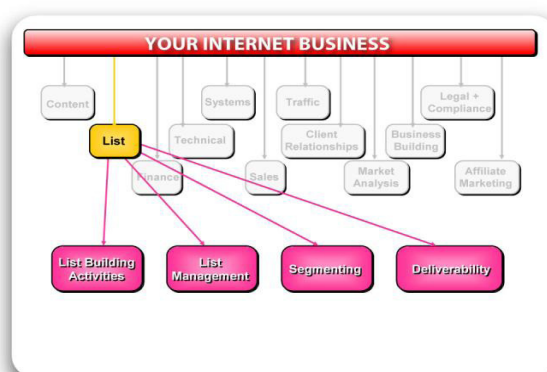


### Les activités de création de contenu incluent:



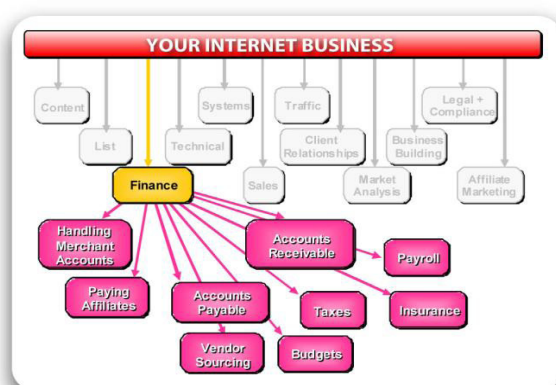
- Les articles
- Les livres & les livres électroniques (e-books)
- Les contenus audio et vidéo
- Les logiciels
- Les pages de contenu
- l'optimisation pour le SEO
- Les graphismes
- Les rapports & cours en ligne gratuits
- Les webzines
- Les bonus
- Les blogs et podcasts

### Les activités d'emailing incluent:



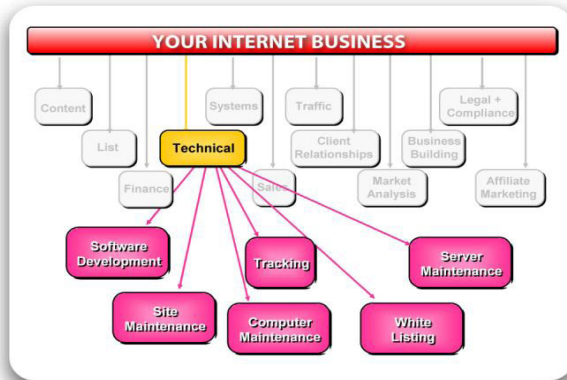
- Bâtir sa liste d'emails
- Gérer sa liste
- La segmentation
- Le taux de délivrabilité

### Les activités financières incluent:



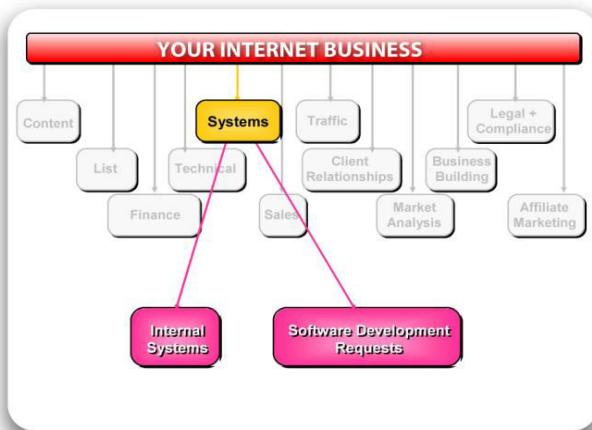
- Les comptes marchands
- Le paiement des affiliées
- Les comptes fournisseurs
- La budgétisation
- Les impôts
- Les assurances
- Les salaires
- Les comptes clients

**Les activités techniques incluent:**



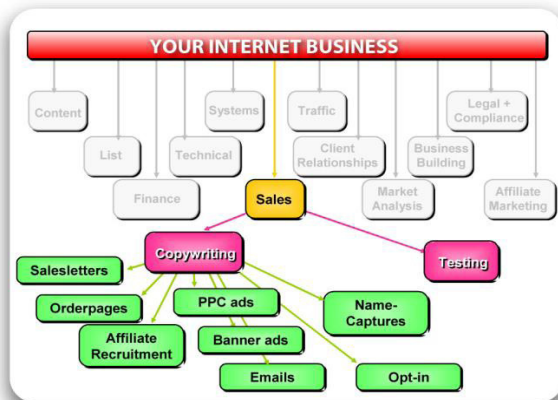
Le développement de logiciels  
 La maintenance des sites  
 La maintenance des ordinateurs  
 Le tracking  
 Surveiller le whitelisting  
 La maintenance du serveur

**Les activités liées aux systèmes incluent:**



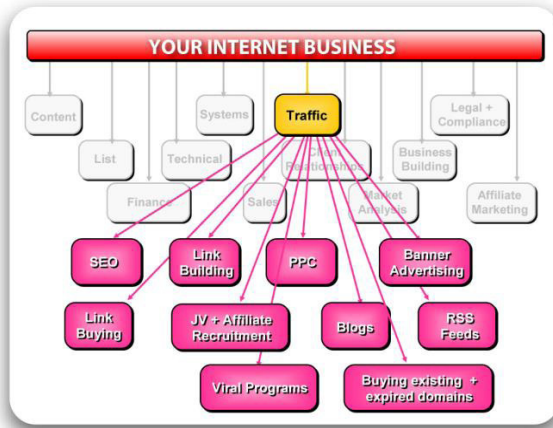
Les systèmes et processus internes  
 Le développement de logiciels  
 (Si vous montez votre propre business, il vous faudra peut-être créer vos propres logiciels pour automatiser les tâches)

**Les activités de conception-rédaction (copywriting) incluent:**



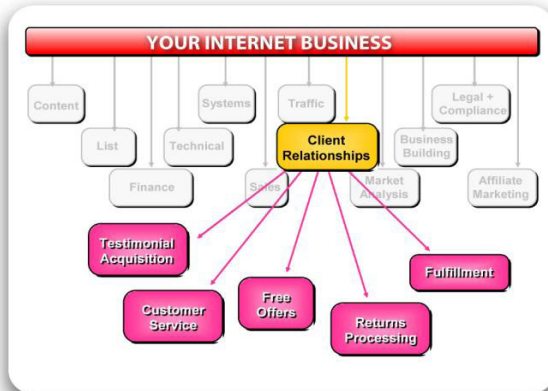
Les sales pages  
 Les pages de commande  
 Le recrutement des affiliés  
 Les annonces Adwords  
 Les bannières publicitaires  
 Les emails  
 Les squeeze pages  
 Les tests

**Les activités de génération de trafic incluent:**



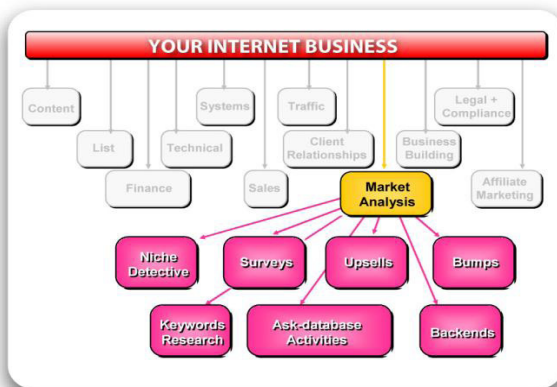
- Le SEO
- L'achat de liens
- Le linkbuilding
- Les Partenariats
- Les programmes viraux
- Le pay-per-click
- Les blogs
- L'achat de noms de domaines existant ou ayant expirés
- Les flux RSS
- Les bannières publicitaires

**Les activités de relation clientèle incluent:**



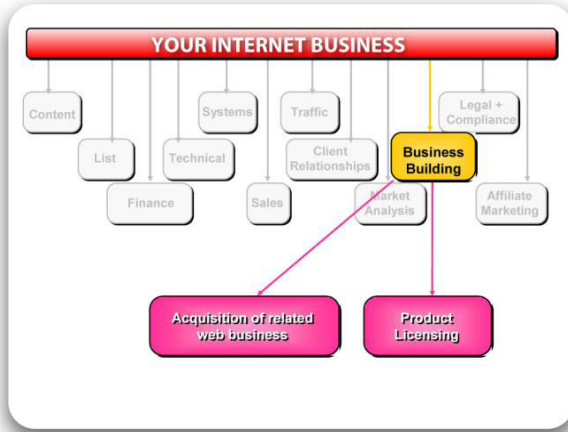
- L'obtention de témoignages
- Le service client
- Les offres gratuites
- Les remboursements
- La satisfaction client

**Les activités d'analyse marketing incluent:**



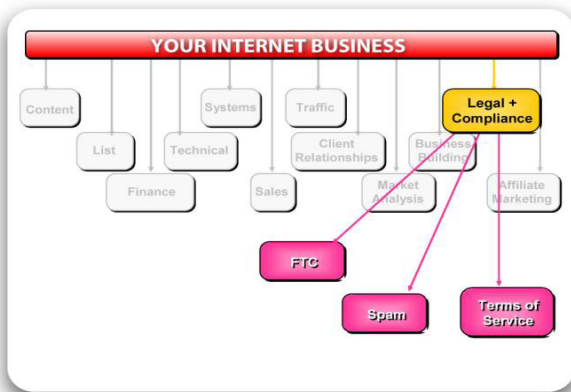
- La détection de niches
- Les enquêtes
- La recherche de mots-clés
- La conception des ventes additionnelles, ventes croisées, produits premium, etc...

**Les activités de consolidation de votre business incluent:**



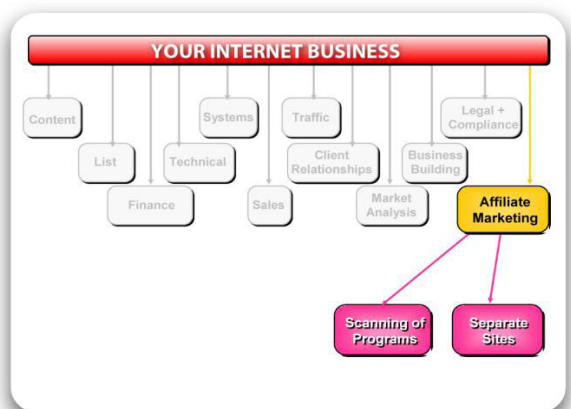
L'acquisition de sites Internet liés à votre activité  
Les licences produit

**Les activités juridiques incluent:**



La création de CGU  
La conformité CNIL  
Les formalités administratives

**Les activités d'affiliation incluent:**



La recherche de programmes d'affiliation  
La création de sites pour vendre ces programmes

Une fois que vous aurez accompli toutes les tâches nécessaires à un business Internet (et la liste que je viens de vous proposer n'est en aucun cas exhaustive) vous vous retrouverez avec un modèle d'entreprise ABSURDE.

Si vous êtes prêt à voir à quoi ce modèle d'entreprises ressemble vraiment, tournez la page (mais respirez bien avant)...



Alors, ça n'est pas ridicule?

## Frustration, Surmenage et Résultats Marginaux

Si vous avez déjà été frustré par votre stagnation, dépassé par la quantité de travail devant vous, ou tout simplement exténué – vous êtes-vous demandé pourquoi? Sérieusement, même si vous deviez tout sous-traiter – ne voyez-vous pas que vous ne pourriez pas gérer tous les sous-traitants nécessaires à la bonne marche de votre business?

Mais le plus fou, c'est que vous savez à quoi ces emarketeurs passent une très grande partie de leur temps? À rechercher de nouvelles activités, de nouvelles tactiques et de nouvelles astuces à intégrer dans le schéma ci-dessus... C'est dingue, pas vrai?

Pourquoi voudriez-vous donc passer du temps à chercher encore d'autres choses à faire? Vous n'arrivez même pas à faire tout ce qu'il vous faut faire – mais la plupart des marketeurs Internet sont à l'affût de la dernière superbe opportunité qu'il leur faut ajouter à la liste des choses qu'ils ne feront finalement pas.

Ne vous y trompez pas:

Le tableau ci-dessus est celui d'une personne qui manque cruellement de stratégie. Il pue L'OPPORTUNISME!

Alors, voilà la question que je veux vous poser...



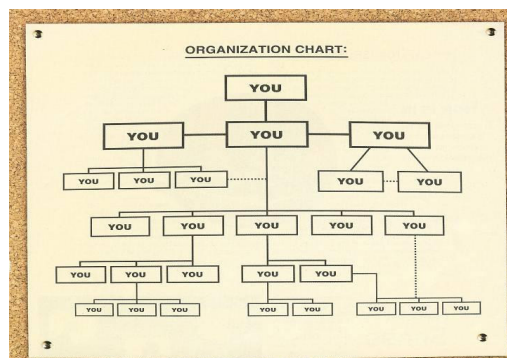


La solution lorsque l'on a trop de choses à faire ne consiste pas à chercher de nouvelles choses à faire! Si vous examinez votre comportement, ne diriez-vous pas que vous avez suivi inconsciemment le plan qui consiste à ajouter constamment de nouvelles tactiques et activités à votre liste de "choses à faire"?

Laissez-moi vous donner un petit conseil. Tant que votre organigramme ressemblera à celui ci-dessous, vous continuerez à ramer contre le courant en vous demandant pourquoi vous ne rencontrez pas le succès que vous avez toujours recherché.

Mais avant que vous n'arriviez à la conclusion que je suis en train de vous recommander d'embaucher, il vous faut comprendre que le problème du web-entrepreneur est plus profond que ça.

Nous n'avons exploré que les premières couches. Si vous voulez vraiment tout comprendre, il va nous falloir prendre en compte des critères un peu plus personnels.



## **Jouer à "Jacques a dit" n'est pas une Bonne Stratégie pour Votre Entreprise**

Revenons au sujet précédent: la stratégie. Ma question ici est la suivante : Avez-vous une stratégie?

J'ai élaboré la vignette ci-dessous après avoir eu une conversation tard un soir avec un de mes meilleurs amis et fréquent partenaire sur divers projets, Stephen Pierce. Nous parlions de stratégie et du manque de stratégie dans le secteur du marketing Internet.

Et Stephen a alors pointé du doigt le fait que la stratégie de pratiquement tout le monde était de faire exactement comme tous les autres, en essayant simplement de le faire un petit peu mieux.

C'était une très bonne remarque pour deux raisons importantes: d'abord, c'est totalement vrai, et de plus, on ne peut pas appeler cela une stratégie: il s'agit simplement de la devise de tout opportuniste.

Et il s'agit aussi précisément du mode de pensée qui renforce les problèmes que nous avons évoqués précédemment.

Ça n'est pas une stratégie d'entrepreneurs mes amis.

Ne vous inquiétez pas, ce problème n'est pas sans espoir – en fait, si vous vous retrouvez dans ce que vous avez lu jusqu'à présent, vous devriez vous sentir soulagé, car cela signifie que vous avez travaillé bien plus dur que vous n'auriez dû et pour des résultats moins importants que ceux que vous auriez mérité. Et cela n'est pas votre faute – car personne ne parle de tout cela.

J'ai moi-même été victime du même mode de pensée, et j'aurai pourtant dû le voir venir. Avant de bâtir le web-business que je dirige maintenant, j'ai dirigé plusieurs entreprises valant plusieurs millions de dollars chacune et comptant jusqu'à 100 employés. Et pourtant, je me suis aussi fait avoir par ce mode de pensée contre-productif.

J'ai passé mes deux premières années sur Internet à suivre la ligne de pensée et de fonctionnement que je viens de vous décrire. Et bien que, pendant cette période, j'ai travaillé avec Jay Abraham, John Carlton, Jeff Paul, Yanik Silver, Alex Mandossian, Stephen Pierce et de nombreux autres; je me sentais frustré, dépassé et exténué. Je me comportais comme un véritable opportuniste en pensant à tort faire preuve d'une bonne stratégie.

Bien sûr, je gagnais pas mal d'argent (mais moins que ce que je gagnais dans mes business offline) mais je travaillais beaucoup plus dur que cela ne m'était jamais arrivé.

Quand j'ai finalement compris mes erreurs j'ai eu l'impression de sortir de deux années de brouillard. Mon business et ma vie ont immédiatement commencé à s'améliorer. La différence fût énorme pour moi, et je savais qu'il me fallait partager cette expérience.

La toute première fois, ce fût lors d'un séminaire de Jay Abraham – une fois ma présentation terminée, je me suis retrouvé entouré de gens qui me disaient que les 90 dernières minutes avaient été les 90 plus importantes minutes pour leur business, et qu'il s'agissait précisément des informations qui leur faisaient défaut.

Une entrepreneuse à succès s'est mise à pleurer lorsqu'elle m'a dit que c'était exactement ce qu'elle-même et son mari avaient besoin d'entendre et que je leur avait sauvé la vie!

## **Pourquoi les Gourous Eux-mêmes Écoutent Attentivement ce que J'ai à Leur Dire**

J'ai passé les six mois suivants à documenter et peaufiner tout ce qu'il fallait pour élaborer, rationaliser et automatiser un business. Une fois tout ceci terminé, j'ai lancé un programme de coaching expérimental dans lequel j'ai accepté 25 marketeurs comme clients, et les résultats ont été tout simplement spectaculaires.

Lors des huit premiers mois, les business de mes 25 clients ont connu une croissance de 30 millions de dollars. Au cours des huit mois suivants, ils gagnèrent encore 7 millions et ces chiffres continuent à grimper. Mais ces chiffres de croissance énorme ne sont que la *moitié* de l'histoire car le nombre moyen d'heures travaillées a également dégringolé.

Deux de mes clients, qui n'avaient jamais eu suffisamment de temps pour prendre du repos, se sont retrouvés avec tellement de temps libre qu'ils ont acheté des bateaux pour en profiter. Un de mes clients, qui n'avait pas pris un seul long week-end en cinq ans, a déjà pris trois mois de vacances cette année et prévoit en ce moment de partir pendant tout l'été aussi. Tout cela pendant que leurs profits continuent d'exploser!

Bien que ces résultats étaient incroyables, je savais que je pouvais encore améliorer le programme. Alors je me suis remis au travail pendant six mois. J'ai terminé il y a quatre mois, et j'ai démarré un nouveau groupe il y a quelques temps – en limitant l'effectif de ce nouveau groupe à 40 clients. De nouveaux résultats stupéfiants commencent déjà à parvenir de ce groupe aussi.

Vous vous demandez peut-être pourquoi j'ai limité le nombre de clients lors de la formation de ces deux groupes. Et bien, l'une des raisons principales est que, contrairement à la plupart des autres programmes où il n'y a pas de réelle interaction entre le coach et ses étudiants, je passe du temps au téléphone avec mes clients, quatre fois par mois, pendant une heure et demie. Cela limite donc de manière très stricte le nombre de clients que je peux avoir en même temps.

Mais je m'égare un peu ici. Il reste encore d'autres choses que je veux partager avec vous. Alors, revenons au but premier de ce manifeste, votre business sur le web.

## **Savez-Vous ce que Vaut Une Heure de Votre Temps?**

Je ne cherche pas à faire de la philo ici, mais avez-vous déjà pensé à votre temps? Il s'agit tout simplement de votre vie. Si vous y pensez vraiment, vous comprendrez que le temps c'est tout ce que vous avez. De plus, l'idée même de temps libre est une erreur.

Vous avez du temps pour vos loisirs, mais il ne s'agit pas de temps libre. Lorsque vous perdez du temps devant votre ordinateur à surfer à l'aveuglette et que vous vous dites que vous utilisez simplement votre temps libre – vous venez en fait de gâcher un peu de votre vie.

On m'a raconté que Dan Kennedy a dans son bureau personnel un chronomètre qui compte les jours, les heures et les minutes qui passent pour lui rappeler qu'il n'a qu'un temps limité à passer sur cette planète et que le temps libre n'existe pas car son chrono ne s'arrête jamais.

Ok, quel est le rapport avec votre web-business? TOUT en fait!

Si vous ne gagnez pas autant d'argent que vous le voudriez ou si vous travaillez trop, c'est parce que vous n'avez pas encore pris la décision d'augmenter constamment la valeur de votre temps. Laissez-moi me répéter un peu ici pour être sûr que vous me comprenez bien...

Tout temps a une valeur, et la façon dont vous considérez votre temps et dont vous vous considérez vous-même va affecter tous les aspects de votre vie et de votre business pour le restant de votre vie. En deux mots, il vous faut donner une valeur à votre temps avant que quelqu'un d'autre ne le fasse pour vous.

Je suis toujours choqué de voir combien de personnes n'ont aucune idée de la valeur de leur temps. Alors, la question ici doit être: "Que vaut votre temps?" Connaissez-vous la valeur de votre temps? Connaissez-vous la valeur qu'il doit atteindre pour que vous parveniez aux buts que vous vous êtes fixés en termes de revenus?

Si vous ne connaissez pas la valeur de votre temps et la valeur qu'il doit avoir, alors vous ne pouvez pas choisir intelligemment à quelles activités vous devez consacrer du temps et quelles activités vous devriez déléguer à d'autres.

Alors, remontons-nous les manches et définissons ensemble la valeur que doit avoir votre temps pour que vous vous retrouviez là où vous voulez être.

J'ai eu la chance d'assister au séminaire de John Reese en mars 2004. Dans les premières heures de sa présentation, John nous a demandé de prendre le revenu que nous souhaitions atteindre et d'y soustraire nos revenus actuels pour ensuite ajouter 10% de la somme restante à nos revenus actuels pour définir ainsi notre but à court terme. C'était tellement simple que ça en devenait génial. J'ai créé une vignette pour vous guider dans ce processus car il représente la base des calculs de temps que nous allons effectuer ensemble.

Dans la première case sur la gauche, vous allez inscrire le revenu que vous rêvez d'atteindre avec votre business en ligne.

Dans la case d'en dessous, inscrivez les revenus que vous avez générés lors des trois mois précédents.

Dans la case du bas, il vous faut inscrire le montant de vos revenus des trois derniers mois multiplié par quatre pour connaître le chiffre annuel que vous allez réaliser si vous continuez sur cette même lancée.

**Votre numéro magique**

Quelle est la somme d'argent que vous voulez gagner par année de travail à partir de maintenant?

€  But

Combiné avec vos gains actuels

€  Gains actuels

-----

€  Votre numéro magique

-----

Combiné avec vos gains actuels

€  votre numéro magique

-----

€  Gains actuels

-----

€  Votre numéro magique

Maintenant il vous suffit de soustraire ce chiffre (votre réalité économique actuelle) au montant que vous rêvez d'atteindre. Vous obtenez ainsi le chiffre magique, c'est-à-dire l'augmentation que vous devez réaliser pour atteindre votre but. Ensuite, il vous faut multiplier votre nombre magique par 0,1 et ajouter le résultat au montant de votre revenu actuel. Le résultat final est à présent votre but en termes de revenus.

Si cela vous semble confus, voici un exemple:

On voit ici que le revenu idéal est de 1 million d'euros par an et que cette personne a gagné 40000 € au cours de trois derniers mois, c'est-à-dire qu'elle se dirige vers un gain annuel de 160000 €.

Nous retirons 160000 du million qu'il veut gagner et nous pouvons constater qu'il lui manque 840000. Nous prenons ensuite 10% de

**Votre numéro magique**

Quelle est la somme d'argent que vous voulez gagner par année de travail à partir de maintenant?

€ 1 000 000 But

Combiné avec vos gains actuels

€ 160 000 Gains actuels

-----

€ 840 000 Votre numéro magique

-----

Combiné avec vos gains actuels

€ 840 000 votre numéro magique

-----

€ 84 000 Gains actuels

-----

€ 244 000 Votre numéro magique

840000, et nous obtenons 84000. Nous ajoutons 84000 aux 160000 annuels prévus et notre nouveau but à court terme devient 244000.

Très bien, à présent vous avez donc **un but financier à atteindre**. Comment vous y prendre? Il va vous falloir effectuer des changements si vous voulez y parvenir, et il vous faut tout d'abord changer **la quantité d'argent que vous arrivez à générer par heure travaillée**.

## La Différence Entre Temps Productif et Temps Perdu

Déterminons ensemble quelle est  
la valeur de votre temps

Combien voulez-vous gagner ces 12 prochains  
mois? \_\_\_\_\_ €

Combien de jours travaillez-vous par semaine? \_\_\_\_\_

Combien d'heures travaillez-vous par jour? \_\_\_\_\_

Combien d'heures productives travaillez-vous  
par jour? \_\_\_\_\_

Combien d'heures productives travaillez-vous par  
semaine? \_\_\_\_\_

Combien de semaines travaillez-vous par an? \_\_\_\_\_

Le nombre d'heures dont vous disposez pour gagner la  
somme d'argent désirée en guise de salaire: \_\_\_\_\_

Combien devez-vous produire en une heure? \_\_\_\_\_ €

Divisez par 60 pour obtenir votre taux  
à la minute: \_\_\_\_\_ €

Le tableau sur la gauche va vous permettre d'avoir une vision plus claire sur la valeur de votre temps.

Sur la première ligne, inscrivez le montant calculé avec le slide précédent (votre but financier).

Notez ensuite le nombre de jours où vous travaillez par semaine, ainsi que le nombre d'heures travaillées par jour.

Alors, qu'est-ce que le temps productif?

Avant de répondre à cette question, laissez-moi vous confier une astuce qui m'a été donnée par un très bon ami à moi. Je parlais avec Alex Mandossian un après-midi et je lui faisais remarqué à quel point j'étais impressionné et envieux de son rendement. Et il m'a alors dit, "Rich, ce qu'il te faut faire c'est t'acheter un minuteur de cuisson et le régler sur 60 minutes. Il te suffit ensuite de te concentrer sur le fait de créer un profit avant la fin des 60 minutes – et c'est tout."

Permettez-moi de vous dire que ça n'a pas été facile dans les premiers temps. J'avais soif et je voulais aller me chercher un verre d'eau, j'avais très envie de regarder mes statistiques sur Internet, il me fallait aller aux toilettes, et il y avait toutes autres sortes de distractions pour m'interrompre.

Mais j'ai fini par consacrer une heure toute entière à des activités génératrices de profit, et rien d'autre. Et ça mes amis, c'est précisément ce que j'appelle du temps productif.

Le temps productif est le temps qui est exclusivement consacré à la génération de revenu. Alors, quel pourcentage de votre temps est réellement productif? Avant de répondre, considérez ceci: Une enquête auprès de chefs d'entreprises réputés a estimé qu'ils avaient en moyenne 28 minutes productives par jour. Une autre étude a estimé ce chiffre aux alentours de 38 minutes.

Je sais, ça semble dingue, pas vrai? Seulement 28 ou 38 minutes par jour? Mais pensez un peu à ce que fait un PDG d'une grande entreprise et au temps réel qu'il peut passer à se concentrer sur des activités génératrices de profits.

Étant donné que vous n'avez pas le même niveau de responsabilités que les grands chefs d'entreprises, il vous est possible d'avoir bien plus de temps productif quotidiennement. Mais le temps productif n'apparaît pas par magie, il vous faut être discipliné et concentré.

Voici quelques exemples de temps non-productif: Parler à des amis, surfer sur Internet, consulter et lire ses emails, répondre au téléphone, regarder l'heure, consulter les statistiques de votre site Internet, organiser et nettoyer votre bureau.

Le temps passé à lire un livre électronique, même s'il vous révèle des secrets passionnants sur comment gagner de l'argent, n'est pas du temps productif. Votre temps ne devient productif que lorsque vous êtes **réellement en train de travailler, ou que vous faites travailler quelqu'un pour vous**.

C'est une distinction très importante à faire car beaucoup de chercheurs d'opportunités confondent le fait d'apprendre à gagner de l'argent et le fait de véritablement gagner de l'argent. Un nouveau savoir n'a aucune valeur s'il n'est pas mis en application.

Bien sûr, je ne suis pas en train de vous suggérer de ne passer aucun temps sur ces autres activités.

Il vous faut passer du temps à apprendre, et il vous faut également parler avec vos amis. Je cherche simplement à vous faire comprendre qu'il s'agit de choses qui ne peuvent pas être considérées comme du temps productif. Ce sont des activités de maintenance. Il s'agit de contraintes obligatoires. Mais elles ne peuvent pas rentrer dans votre temps productif car elles ne vous aide pas à construire votre business, ni à améliorer vos revenus. Ce sont simplement des choses nécessaires, elles font partie de la vie.



Le temps productif est le temps passé à créer des produits, à les commercialiser, à améliorer vos processus de marketing, à gérer les projets générateurs de revenus, à mettre en place des partenariats et à adapter votre business.

Il existe cependant quelque chose d'encore plus profitable et stratégique que le temps productif: j'appelle cela le temps super-productif.

Le temps super-productif, c'est lorsque vous créez un système autour d'une de vos activités génératrices de revenus. Voici quelques exemples de temps super-productif: Créer des systèmes qui créent des produits et des systèmes qui commercialisent des produits.

Lorsque je me consacrais principalement au marketing de niche, j'ai développé un système pour développer et commercialiser des livres électroniques. Toutes les étapes, de la recherche de mots-clés à l'achat de trafic pay-per-click, étaient réalisées par une tierce personne. Et, pour finir, je n'avais plus rien à faire une fois que le système était lancé. En d'autres mots, la personne responsable des recherches faisait les recherches sur les mots-clés, elle envoyait ensuite ses résultats au webmaster et au rédacteur, le webmaster enregistrait le nom de domaine et mettait en ligne une page de vente, pendant que le rédacteur écrivait le livre, la lettre de vente etc...

Nous sortions de nouveaux produits tous les mois - quoi qu'il arrive. Ce business continuait à se développer que je décide d'y travailler un jour par mois ou non – et c'est

pour cela que le temps que vous consacrez à créer des systèmes générateurs de revenus peut être considéré comme du temps super-productif. Très bien, je pense que vous avez eu suffisamment d'explications comme ça. Revenons à vous et à votre nombre d'heures productives et super-productives quotidiennes. Avez-vous une heure de temps productif par jour? Deux heures? Quelle est votre meilleure estimation à l'heure actuelle?

À moins que vous ayez déjà cherché à augmenter sérieusement votre temps productif auparavant, je doute que vous ayez d'avantage que deux heures de temps productif par jour. Souvenez-vous, nous parlons exclusivement ici d'activités génératrices de profits!

J'ai élaboré cette vignette pour que vous puissiez voir comment fonctionne le processus dans son ensemble.

**Déterminons ensemble quelle est la valeur de votre temps**

Combien voulez-vous gagner ces 12 prochains mois? 250 000 €

Combien de jours travaillez-vous par semaine? 6

Combien d'heures travaillez-vous par jour? 10

Combien d'heures productives travaillez-vous par jour? 2

Combien d'heures productives travaillez-vous par semaine? 12

Combien de semaines travaillez-vous par an? 50

Le nombre d'heures dont vous disposez pour gagner la somme d'argent désirée en guise de salaire: 600

Combien devez-vous produire en une heure? 416.66 €

Divisez par 60 pour obtenir votre taux à la minute: 6.95 €

Nous avons ici le nouveau but financier qui est de gagner 250 000 € par an. Nous travaillons 6 jours par semaine et nous passons environ 10 heures par jour dans notre bureau ou devant notre ordinateur.

Nous estimons pouvoir effectuer deux heures de temps productif par jour.

Cela nous donne 12 heures par semaine de temps totalement concentré sur la génération de revenu.

Multiplions ces 12 heures par 50 semaines et cela nous donne 600 heures par an pour atteindre notre but de 250 000 €. Cela signifie qu'il nous faut générer un revenu moyen 416,66 € de l'heure pour chaque heure productive dont nous disposons. Ou, autrement dit, il nous faut gagner 833,22 € par jour, six jours par semaine, 50 semaines par an.

## Le Moyen le Plus Simple de Booster votre rendement Horaire

Si vous êtes en train de vous demander "Mais comment je vais pouvoir atteindre ce rendement horaire chaque jour?", vous ne trouverez pas la réponse à cette question dans un livre électronique ou dans un cours à suivre à la maison. La réponse est qu'il vous faut construire un business évolutif qui vous fournit à vous, le propriétaire de ce business, les meilleurs effets de levier et la plus grande influence possibles.

C'est la raison pour laquelle le fait de connaître votre rendement horaire est si important.

Cela vous permet de comprendre, peut-être pour la première fois, la raison pour laquelle vous ne gagnez pas les sommes d'argent dont vous avez toujours rêvé. Et la réponse ici, c'est que votre business n'est pas conçu à l'heure actuelle pour vous aider à atteindre le rendement horaire que vous vous êtes fixé!

Votre rendement horaire peut également vous servir de baromètre pour découvrir quelles sont les activités auxquelles vous devriez consacrer votre temps, et celles que vous devriez sous-traiter. L'astuce ici est de toujours se concentrer sur les activités qui peuvent améliorer votre rendement horaire. Commencez à déléguer et à sous-traiter les

activités qui vous coûtent moins que le rendement horaire que vous cherchez à générer.

Nous avons donc abordé deux concepts cruciaux pour améliorer votre rendement horaire – l'adaptabilité et la sous-traitance. Jetons tout d'abord un œil à l'adaptabilité.

## Utiliser l'Effet de Levier et la Systématisation Peuvent Faire de Vous un Homme Riche



**Créer un effet de levier dans votre business**

Si vous ne savez pas comment augmenter votre profit horaire vous avez un problème d'effet levier et non pas un problème de connaissances.

Vous augmenterez votre effet de levier en:

1. choisissant les activités qui génèrent plus de revenus qu'elles n'en coûtent
2. augmentant une ou plusieurs variables de la formule de génération de profits
3. développant et implémentant un business plan qui crée un effet de levier dans une niche précise avec une stratégie adaptée

Regardez la vignette sur la gauche.

Le premier point stipule que la plupart des gens ne s'approchent jamais vraiment du rendement horaire qu'ils cherchent à atteindre car ils pensent à tort que ce qui les en empêche est leur manque de connaissances.

C'est parfois un peu vrai, mais cette théorie ne peut vraiment s'appliquer que si vous êtes un débutant sur Internet et que vous n'avez aucune connaissances en

emarketing. Si vous n'êtes pas débutant, alors le manque de connaissances **n'est pas votre problème principal**.

Pour illustrer mon argument, selon lequel vous devez mettre en place des effets de leviers et développer l'influence de votre business, voici une histoire qui nous servira de référence.

Au cours de ma deuxième année de fac, je suivais entre autres une classe de philosophie et une classe de littérature. Je ne me souviens pas de ces cours dans le détail, mais je me rappelle qu'une grande partie de la note finale était basée sur notre devoir de fin d'année. Et, comme ces deux classes avaient de nombreux points communs, je me suis dit que j'allais écrire un seul et même essai pour ces deux matières.

J'ai ainsi pu consacrer davantage de temps à cet unique essai (mais moins que si j'avais dû en rédiger deux) et j'ai fini par avoir une très bonne note dans les deux cours tout en y consacrant beaucoup moins de temps que prévu.

Vous me suivez jusque-là?

Le but à l'école – avoir de bonnes notes, le but en business – augmenter les profits. Tout ce qui rend vos activités actuelles plus profitables **sans vous demander davantage de travail augmente l'effet de levier en votre faveur**.

## Le Concept de Travailler Moins pour Gagner Plus



Si vous me suivez jusqu'ici vous devriez avoir compris que le temps que vous consacrez à votre business doit vous profiter du plus grand nombre de manières possibles.

Vous y parviendrez en vous consacrant à **une seule** niche, et en y développant toute une gamme de produits pour votre public.

Si vous travaillez constamment sur une niche – alors chaque nouveau produit ajouté rendra votre business de plus en plus profitable.

Cela signifie que l'effet de levier en votre faveur continuera sans cesse à augmenter. Admettons que vous ayez 1000 clients et 100 affiliés pour votre premier produit, lorsque vous lancez votre deuxième produit, vous avez déjà en votre possession une liste de clients à qui faire une offre et une liste d'affiliés à partir de laquelle vous pourrez continuer à développer votre business.

De plus, chaque nouveau client que vous trouverez grâce à votre deuxième produit sera peut-être si satisfait qu'il voudra acheter votre premier produit aussi. ET ainsi de suite, etc...

Une telle approche vous permet de mettre en place facilement l'effet de levier et la systématisation dans votre business. Il existe bien évidemment d'autres méthodologies et stratégies plus avancées, mais si vous n'avez pas atteint un niveau suffisant d'implication et de concentration, le fait d'utiliser des méthodes d'un niveau trop élevé pourrait vous faire plus de tort qu'autre chose.

En conclusion, si vous ne parvenez pas encore atteindre le rendement horaire que vous souhaitez atteindre – alors, concentrez vous sur la mise en place du plus grand effet de levier possible sur votre marché. Rien n'est plus important. Point Final.

## **La Véritable Différence Entre la Bonne et la Mauvaise Sous-traitance**

Pour réussir sur Internet apprenez à sous-traiter de manière efficace.

Il y a malheureusement trop de gens qui abordent la sous-traitance de la mauvaise manière. Ils se trompent dès le début en se posant la mauvaise question.

La plupart des entrepreneurs du web en difficulté se demandent: "**Où et comment puis-je trouver le prix le plus bas pour faire cela?**"

La réponse à une telle question engendre beaucoup de déceptions, de frustration et de perte d'opportunités. Un tel comportement témoigne d'une grande ignorance des caractéristiques essentielles d'un business rentable. Très franchement, cette question me semble être à la limite de l'absurde...

Tout d'abord, il s'agit d'une mauvaise question car, dans la plupart des cas, la solution la moins chère n'est pas la plus fiable, ni la plus rapide, encore moins la meilleure.

En fin de compte, on se rend compte que l'expression "vous en aurez pour votre argent" prend tout son sens ici.

Et, étant donné que nous avons déjà établi que votre temps avait une valeur, lorsque vous perdez beaucoup de temps sur une activité que vous avez pourtant sous-traité, cela vous coûte bien plus que ce que vous pensez.

## Quelle Question Vous Posez-vous Lorsque vous Envisagez d'Outsourcer?

Lorsque vous vous demandez "où et comment puis-je trouver le prix le plus bas pour faire faire cela?", vous abordez le problème sous le mauvais angle. C'est ce qu'on appelle de l'*out-tasking*. Vous vous concentrez uniquement sur le fait de réaliser cette tâche.

Lorsque vous avez cette approche, vous êtes obligé de toujours passer par le même processus de recrutement, à chaque fois que vous avez besoin de sous-traiter une activité.

J'appelle cela le turnover de sous-traitance, qui se révèle être très coûteuse si l'on considère le temps qu'il faut pour trouver/sélectionner un sous-traitant. Et le pire dans cette approche, c'est qu'il est toujours plus risqué de travailler avec un nouveau sous-traitant qu'avec un sous-traitant s'étant déjà montré fiable et compétent.

Sous-traiter de manière efficace signifie **développer des relations sur le long terme avec des personnes qui ont des domaines d'expertises différents du vôtre.**

La bonne question à se poser est : "*Comment puis-je maintenir une relation avec une personne talentueuse qui pourra \_\_\_\_\_ pour mon entreprise sur le long terme, et que je puisse ainsi saisir les opportunités qui se présentent tout en garantissant un travail de qualité?*"

Grâce à une telle approche, vous parviendrez à vous construire une équipe de professionnels indépendants prêts à vous aider lors de votre prochain défi professionnel.

Avec le temps, vous travaillerez de mieux en mieux avec cette équipe et c'est votre entreprise qui en tirera la plupart des bénéfices. Certains de mes clients ont commencé à proposer un bonus de 25% aux sous-traitants qui rendent un projet à temps en respectant les conditions établies et avec un travail final demandant peu ou pas d'intervention.

Et chacun d'entre eux m'a confié être persuadé qu'il s'agissait d'un très bon investissement. Nous allons à présent considérer une méthode qui vous permettra de rendre votre business et votre sous-traitance dix fois plus rentables. Mais, tout d'abord, je dois vous annoncer une mauvaise nouvelle...

## Comment Rendre votre Business et votre Sous-traitance Dix Fois plus Rentables

Voici la mauvaise nouvelle: Même si prenez grand soin de vos relations avec vos sous-traitants, les choses peuvent mal se passer.

### L'étude sur la sous-traitance de Forrester

Voici ce que révèle une étude sur les entreprises et organisations faisant appel à des sous-traitants:

- 53% affirment rencontrer des difficultés car leur entreprise **n'a pas les compétences nécessaires en gestion de projets.**
- 58% affirment qu'elles **manquent de processus adaptés pour bien définir les tâches**
- 48% estiment qu'elles **n'ont pas les bons indicateurs pour l'évaluation de la performance**

Faites bien attention aux trois problèmes exposés sur la gauche. Mon expérience m'a montré que ces trois causes peuvent être responsables de bien d'autres problèmes que de simples soucis avec vos sous-traitants.

En fait, le simple fait de ne pas posséder un de ces atouts pourrait bien porter préjudice à la croissance de votre business.

Étant donné que chacun de ces atouts se révèle être vital à votre succès, considérons chacun de ces problèmes de sous-traitance de manière individuelle.

Les **2** moyens que vous devriez utiliser pour gérer votre affaire

**Systemes & Projets**

Le travail peut être effectué de deux façons dans votre entreprise, sous la forme de systèmes ou sous celle de projets.

S'il s'agit d'une activité en cours ou qui doit être réalisée régulièrement, alors vous devriez développer **un système** pour la mener à bien à l'intérieur de votre business.

S'il s'agit de quelque chose de temporaire, qui a un but, un début et une fin précise, alors il vous faut le gérer comme **un projet**.

Ca me surprend de n'avoir jamais entendu personne parler de cette distinction systèmes/projets car c'est pour moi **l'essence même de l'entrepreneuriat**. Être un entrepreneur c'est développer, installer, et améliorer constamment des systèmes à l'intérieur de votre business, tout en menant à bien un nombre limité de projets annexes.

## **Vous Êtes un Chef de Projet Sans Formation qui Gère des Projets!**

La gestion des projets est une compétence très importante pour un entrepreneur. Pourtant, la plupart, voire la totalité, des entrepreneurs que je rencontre gère des projets sans avoir reçu de formation adéquate. Vous ne trouvez pas ça absurde?

Je vous conseille donc, si vous gérez des projets, de développer votre compétence à le faire. C'est pour cette raison que j'enseigne la gestion de projet à tous mes clients.

## Comment Effectuer le Travail en Dehors et à l'Intérieur de votre Business

La société d'étude Forrester Research a identifié "le manque de bon processus pour spécifier les tâches à effectuer" comme étant la deuxième cause des problèmes liés à la sous-traitance.

Il s'agit d'un obstacle qui empêche de profiter de l'effet de levier dans votre business, et c'est pour cela que les entrepreneurs ont du mal à implanter des systèmes pour leur business.



Une des meilleures façons de documenter les divers moyens par lesquels une tâche peut être effectuée et pour définir les relations qu'elle entretient avec les autres activités de l'entreprise consiste à faire du process mapping (schéma de processus).

Edward Deming, qui popularisé la notion de « qualité » dans l'entreprise et qui a grandement contribué à l'émergence économique du Japon après la deuxième guerre mondiale a dit: "Si vous ne pouvez pas expliquer ce que vous faites par un processus, alors vous ne savez pas ce que vous êtes en train de faire." Je ne peux qu'être d'accord avec lui.

La bonne nouvelle est qu'il est plutôt simple de faire du process mapping. Il n'existe que quatre éléments à prendre en compte pour établir votre schéma – c'est tout! La forme ovale représente le début et la fin de l'activité cartographiée, vous ne vous en servez donc que deux fois. Les flèches représentent les directions. Il vous reste donc le symbole "action" et le symbole "décision". Ce qui est génial ici c'est qu'en utilisant cette méthode, il est possible de simplifier votre boîte de manière significative.

De tels schémas de processus peuvent se révéler très importants car ils vous permettent d'optimiser votre business de l'intérieur. **La première fois est rarement la bonne** quand vous faites quelque chose dans votre entreprise.

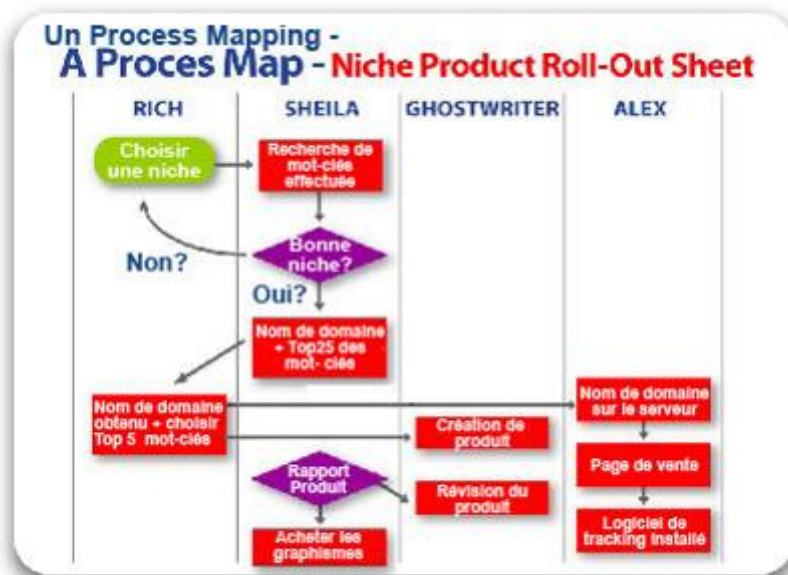
Lorsque vous dessinez votre schéma de processus, vous verrez clairement pourquoi la façon dont vous gérez les choses est loin d'être idéale. Plus important encore, vous verrez très facilement quelles sont les améliorations à apporter. Pouvoir visualiser un processus vous aide à comprendre plus facilement les interactions, les échanges, les sous-processus et les sous-activités qui s'opèrent et qui limitent vos performances.

Écoutez-moi bien, il est impossible d'atteindre la performance maximum dans votre business si vos processus d'action sont défectueux.

Les experts en qualité soutiennent que 94% des problèmes et des dysfonctionnements d'un business proviennent de processus défectueux, pas de problèmes humains, ou autre. Il s'agit d'un dysfonctionnement à l'intérieur d'un processus. C'est pour cela qu'avoir un outil aussi puissant qu'un schéma des processus est fondamental pour rationaliser vos opérations actuelles.

Dans mon entreprise, nous créons des schémas de processus pour tout ce que nous faisons. Cela nous permet de former facilement nos employés, de sous-traiter diverses activités de manière efficace et d'améliorer constamment nos performances générales.

Voici un exemple de carte de processus de mon entreprise. Elle est un peu dépassée à l'heure actuelle (nous ne l'utilisons plus) mais sa structure fondamentale peut vous en apprendre beaucoup.



Vous voyez à quel point il est simple de comprendre ce qui se passe?

Et admettons que vous soyez une des quatre personnes responsable des activités décrites dans ce schéma. Vous voyez comme il est simple de comprendre comment les activités dont vous êtes responsable sont liées au processus tout entier?

Pour finir, voyez-vous comme il est facile de comprendre qui obtient quoi, et de qui?

Si vous avez répondu 'oui' aux questions précédentes, cela signifie que vous devriez commencer à vous lancer dans le process mapping.

Poursuivons...

## Les Indicateurs: Le Langage du Business (et des profits)

Les études de Forrester Research montrent que la dernière cause des problèmes liés à la sous-traitance est **l'absence de bons indicateurs pour mesurer les performances**. La plupart des e-marketeurs comprennent les indicateurs de leurs sites Internet mais ne voient pas à quel point il est facile d'évaluer leur performance ou de gérer efficacement leur business et leurs relations avec des sous-traitants avec ces indicateurs.

Considérons l'utilisation des indicateurs avec un sous-traitant. Lorsque vous mettez en place un accord de sous-traitance, il est préférable d'avoir recours à un Service Level Agreement (SLA) ou "Contrat de Niveau de Service".

Il s'agit d'un contrat passé entre votre entreprise et le sous-traitant, qui détermine la façon dont les performances seront mesurées (les indicateurs), ainsi que le niveau de qualité minimum acceptable pour la prestation. La plupart des webentrepreneurs n'utilisent pas cet outil et n'expliquent donc jamais au sous-traitant comment sa performance sera mesurée. La qualité de la prestation est sans surprise souvent décevante.

Les indicateurs varient considérablement en fonction du processus sous-traité, mais voici quelques directives à suivre lorsque vous choisirez vos indicateurs.

L'indicateur doit:

- Être cohérent avec le but premier du processus
- Inciter les bons comportements
- Donner des objectifs concrets
- Ne pas être trop difficile à mesurer

Il existe de nombreuses autres choses à dire sur les indicateurs... Mais si vous commencez à réfléchir à ceux que vous pourriez utiliser pour mesurer votre performance et celles de vos sous-traitants, **vous aurez des années lumières d'avance sur la plupart des e-marketeurs actuels.**

## Récapitulatif Rapide des Principes de Base de la Construction d'un Business sur le Web

J'ai écrit ce manifeste pour vous amener à concevoir différemment votre e-business. En voici un récapitulatif rapide:

1. Il vous reste encore du temps pour trouver votre niche, pour y construire votre business et pour devenir riche. Mais ce temps vous est compté.
2. Pour être à la tête d'un véritable business, il vous faut une vision et une stratégie qui vous permettra de réaliser cette vision. Si vous faites cela, alors vous cesserez d'être un chercheur d'opportunités pour devenir un véritable entrepreneur.
3. Arrêtez de collectionner toutes les tactiques et stratégies qui passent devant vous et n'achetez plus que les produits et les services qui vous permettront d'améliorer votre stratégie et de réaliser votre vision.
4. Comprenez que votre temps est tout ce que vous possédez et que vous devez connaître sa valeur et avoir un plan pour augmenter cette dernière.
5. Rappelez-vous de toujours construire votre business autour des principes d'effet de levier et de systématisation.
6. Comprenez la différence entre une bonne et une mauvaise sous-traitance et construisez-vous un réseau de professionnels indépendants talentueux et disponibles pour vous.
7. Étudiez et mettez en application des méthodologies de gestion de projet pour faire croître votre business.
8. Élaborez des schémas de processus pour les diverses activités de votre business et cherchez constamment à améliorer vos processus.
9. Essayez de réduire chacune de vos activités et relations professionnelles à un indicateur essentiel qui vous permettra facilement d'en évaluer les performances.

Si vous suivez toutes ces suggestions, alors vous serez sur la bonne route pour augmenter vos revenus tout en réduisant votre stress et votre charge de travail.

## **Faites Exploder les Résultats de votre Business**

Comme je l'ai mentionné plus tôt dans ce manifeste, je viens de me lancer dans un partenariat qui m'oblige à ajuster le temps que je peux consacrer à mon activité de coaching. Je vais collaborer avec Agora à la création d'un business hybride de coaching et de conseil.

Ce business ciblera des entreprises plus importantes et implantées dans leur secteur et son prix en sera en conséquence plus élevé. Ce nouveau programme occupera une très grande partie de mon temps et, par conséquent, les nouveaux clients de mon programme de coaching n'auront plus l'opportunité de travailler personnellement avec moi.

Il nous est cependant toujours possible de nous retrouver au téléphone pendant une heure et demie quatre fois par mois comme cela est prévu dans mon programme de coaching "Business Growth System". Ces appels de type "Questions Réponses" en groupe donnent à mes clients l'occasion de me poser directement leurs questions et me permettent de passer autant de temps que je juge nécessaire à les aider. Chaque client pourra apprendre des réponses que je lui donnerai, ainsi que des réponses et des stratégies que je proposerai à d'autres clients.

Il est néanmoins évident que mon programme de Coaching ne conviendra pas à tout le monde.

Cependant, si vous voulez sérieusement gagner beaucoup d'argent sur Internet et si vous voulez construire un véritable business qui vous rapporte beaucoup d'argent sur la durée alors... ce programme est pour vous. Étant donné que je souhaite poursuivre ces appels groupés 4 fois par mois avec mes clients, il existe une limite stricte au nombre de clients que je peux accepter en même temps dans ce programme.

À très bientôt,



Rich Schefren

## MISE À JOUR

PS – je commence à recevoir de nombreuses plaintes de la part de collègues marketeurs qui craignent que ce rapport puisse être nuisible à leurs propres business.

**Il s'est même formé un groupe de marketeurs dont le but est de m'empêcher de maintenir ce manifeste en ligne.**

Je ne veux vraiment pas que cela arrive, car cela voudrait dire que de nombreux marketeurs en difficulté s'obstineraient à suivre la voie de l'opportunisme, tout simplement parce qu'ils ignorent qu'il existe une alternative. Si vous avez pu profiter de ce rapport, alors vous pouvez me venir en aide de deux façons:

1. J'ai mis en place un bouton "dites-le à un ami" ("tell a friend") pour que vous puissiez facilement transmettre l'information et aider vos amis – rendez-vous dès maintenant à l'adresse: <http://strategicprofits.com/spreadtheword/> et rejoignez la lutte pour changer la façon dont la communauté du marketing Internet mène ses affaires et son business.
2. Vous pouvez également vous rendre sur mon blog et poster des commentaires pour aider les autres marketeurs à comprendre pourquoi ils ont besoin de lire ce manifeste. Rendez-vous simplement sur [mon blog](#) et dites au monde ce que vous avez pensé du Manifeste du Business sur Internet.