

OFFERT

Le système en 5 étapes pour vendre un produit numérique

*La carte complète des cinq étapes,
et la première livrée en entier.*

Ce que tu tiens là, c'est la carte complète. Pas un extrait, pas une bande-annonce : les cinq étapes dans l'ordre, ce que chacune fait, et pourquoi elle marche. Plus la première étape livrée en entier, à faire aujourd'hui avec un papier et un minuteur.

Ce qui a changé, et pourquoi ça te concerne

Il y a trois ans, vendre quelque chose en ligne demandait de savoir construire. Un site, une boutique, un produit. Ça coûtait des mois ou des milliers d'euros, et c'est ce qui faisait le tri : ceux qui savaient faire gagnaient.

Ce mur est tombé. Aujourd'hui, une intelligence artificielle fabrique en un après-midi ce qui demandait six semaines. N'importe qui peut produire un guide, un pack, une formation courte, une page de vente. **Fabriquer ne trie plus personne.**

Alors le tri se fait ailleurs, et c'est toute la difficulté du moment : il se fait sur **ta capacité à amener des gens devant ce que tu as fait.** C'est une compétence différente, que presque personne n'enseigne, parce qu'elle est moins flatteuse que « j'ai créé une application ».

Le système ci-dessous est fait pour ça. Il tient en cinq étapes. Aucune n'est difficile. C'est leur enchaînement qui compte, et c'est là que presque tout le monde se trompe.

Étape 1 · Choisir ce que tu vends

Le principe : on ne vend pas un sujet, on vend la sortie d'un problème précis que quelqu'un vit maintenant. « Le bien-être » ne se vend pas. « Se rendormir après une garde de nuit » se vend.

Pourquoi les gens échouent ici : ils cherchent une idée géniale. Il n'y a pas d'idée géniale, il y a des problèmes récurrents, chiffrables, que la personne a **déjà essayé** de résoudre seule. Ce dernier point est le meilleur détecteur qui existe : quelqu'un qui a déjà cherché sur Google, acheté un livre et demandé à trois amis, celui-là achètera.

Ce que tu crois qu'il te manque : une expertise. Faux. Il te faut **trois pas d'avance sur quelqu'un**, et le souvenir précis du chemin. Celui qui a mis six mois à comprendre une démarche administrative peut faire gagner six mois à celui qui commence. Il n'est pas expert. Il est passé par là, et il s'en souvient encore.

 **Cette étape, je te la donne en entier plus bas.** C'est l'exercice des trois listes.

Étape 2 · Fabriquer, sans y passer trois mois

Le principe : une IA écrit ton produit avec toi, en quelques heures. Mais pas comme tu crois.

L'erreur qui rend le produit invendable : demander « écris-moi un guide sur X ». Ce qui sort est propre, fluide, et parfaitement générique. Ça se sent dès la deuxième page, et personne ne paie pour ça.

Ce qui marche à la place : lui donner de la **matière** avant de lui demander quoi que ce soit. Ton vécu, tes notes, les phrases exactes que les gens t'ont dites. Puis la faire travailler par morceaux, dans un ordre précis, avec un test simple pour trier : si une page pourrait avoir été écrite par n'importe qui sur n'importe quel site, elle dégage.

Le format n'a aucune importance. Un document bien fait suffit. Ne passe pas une semaine sur la mise en page d'un produit que personne n'a encore demandé.

Étape 3 · La page qui prend l'argent

Le principe : tu n'as besoin ni d'un site, ni d'une boutique, ni d'une société montée pour encaisser ta première vente. Il existe des plateformes qui hébergent le produit, prennent le paiement et livrent le fichier automatiquement. Tu peux être prêt à vendre **le jour même**.

Ce qu'une page de vente doit contenir : à qui c'est destiné, quel problème ça règle, ce qu'il y a dedans, le prix, le bouton. Rien d'autre.

Ce qu'elle n'a pas besoin de contenir : ton parcours, une charte graphique, une vidéo de présentation, des témoignages que tu n'as pas encore.

Le piège classique : passer trois semaines à embellir une page que douze personnes verront.

Étape 4 · Amener du monde, sans budget

Le principe : la vidéo courte est le dernier endroit où un inconnu sans audience et sans argent peut être vu par des milliers de personnes. C'est le seul canal réellement gratuit qui reste, et c'est pour ça que tout se joue là.

Ce qui surprend tout le monde : la vidéo léchée perd contre la vidéo qui ne l'est pas. Filmé au téléphone, sans montage, ça fonctionne mieux. La plateforme et les gens détectent la production, et la production ressemble à de la publicité.

Les trois premières secondes décident de tout. Elles doivent nommer le problème du spectateur, pas te présenter. Personne ne te connaît, personne ne t'attend.

Et la règle que personne n'applique : le volume avant la qualité. On ne publie pas une vidéo parfaite par semaine, on publie tous les jours pour trouver ce qui accroche, puis on refait ce qui a marché en ne changeant que la première phrase.

Si tu ne veux pas montrer ton visage, il existe des outils qui génèrent un personnage qui parle à ta place. Ça change la donne pour beaucoup de gens, et ça a ses propres règles.

Étape 5 · Transformer un spectateur en client

Le principe, et c'est le chaînon que presque personne n'explique. À la fin de ta vidéo, tu ne dis pas « lien en bio ». Presque personne n'y va, c'est deux clics et une sortie d'application.

Tu demandes de **commenter un mot précis**. Un outil surveille les commentaires, et envoie automatiquement un message privé contenant ton lien.

Pourquoi c'est très supérieur : le commentaire pousse ta vidéo dans l'algorithme (elle est donc montrée à plus de monde), **et** il t'ouvre une conversation privée avec quelqu'un qui vient de lever la main. Deux bénéfices d'un seul geste.

Le piège qui gâche tout, et je l'ai payé : utiliser le même mot pour tous tes sujets. Quelqu'un qui commente après une vidéo sur l'argent reçoit alors le cadeau prévu pour une vidéo sur le sommeil. Il ne comprend pas, il décroche, et tu as perdu le seul lead qualifié de la journée. **Un mot par sujet**. Toujours.

La première étape, en entier

Voilà la partie que tu peux faire tout de suite. Papier, stylo, minuteur. Vingt minutes.

Les trois listes · 12 minutes

Quatre minutes par liste. Écris sans trier, sans juger, sans t'arrêter. Les listes moches marchent aussi bien.

Liste A · Ce qu'on te demande. Qu'est-ce qu'on te demande sans que tu l'aies proposé ? Un conseil, une relecture, un avis, un coup de main. Note même ce qui te paraît minuscule : ce qu'on te demande gratuitement est ce que quelqu'un d'autre paierait.

Liste B • Ce que tu as traversé. Qu'est-ce que tu as réglé qui t'a coûté du temps, de l'argent ou du moral ? Une reconversion, une dette remboursée, un enfant qui ne dormait pas, une santé qui a lâché. Tu n'as pas besoin d'en être fier, juste de t'en souvenir précisément.

Liste C • Ce que tu fais vite. Qu'est-ce qui te prend vingt minutes et prend une journée aux autres ? C'est la liste la plus rentable et la plus invisible : ce qui nous est facile nous semble sans valeur.

Le filtre • 5 minutes

Pour chaque ligne, quatre questions. Oui ou non.

1. **La douleur revient-elle régulièrement ?** Ce qui revient chaque semaine se paie. Ce qui arrive une fois dans une vie se paie mal.
2. **Coûte-t-elle quelque chose de mesurable ?** Du temps, de l'argent, du sommeil, des disputes. Si ne rien faire ne coûte rien, personne ne paiera.
3. **La personne a-t-elle déjà essayé de la résoudre ?** La meilleure question des quatre.
4. **Peux-tu écrire dix pages dessus sans faire de recherches ?** Sinon, ce n'est pas ton sujet.

Garde les trois lignes qui répondent oui quatre fois.

La phrase • 3 minutes

Écris ta meilleure ligne sous cette forme exacte :

**J'aide _[qui, précisément]_ à _[sortir de quoi]_, sans
[ce qu'ils redoutent].**

- *J'aide les infirmières en horaires décalés à se rendormir après une garde de nuit, sans

médicaments.*

- *J'aide les auto-entrepreneurs qui démarrent à faire leur première déclaration sans comptable et

sans se tromper.*

Quelqu'un de précis, un moment précis, une peur précise. Aucune ne dit « j'aide les gens à aller mieux » : les gens n'achètent rien, les personnes achètent. Si ta phrase pourrait être dite par cent autres, rétrécis-la jusqu'à ce qu'elle te semble trop petite. Elle sera encore trop large.

Ce que tu fais maintenant

1. Minuteur, quatre minutes, **liste A**. Maintenant, pas ce week-end.
2. Listes B et C dans la foulée.
3. Passe chaque ligne aux **quatre questions**, garde les trois meilleures.
4. Écris **ta phrase**.
5. Ne fabrique rien encore. Va parler à des gens qui vivent ce problème et écoute leurs mots exacts. Si personne ne réagit, change de sujet : tu viens d'économiser six semaines.

Et pour les quatre autres étapes

Tu as la carte. Ce qui te manque maintenant, ce sont les **mots exacts** et les **gestes précis**. C'est ce que contient le guide complet.



9 chapitres · 67 pages · près de 15 000 mots

1. Ce qui a changé, et pourquoi tu arrives au bon moment

Pourquoi la difficulté a changé de place en trois ans, les trois illusions qui font perdre le plus de temps à ceux qui démarrent, et le seul chiffre à regarder tous les soirs.

2. Quoi vendre quand on part de rien

La méthode complète pour trouver un problème qui se paie, où chercher gratuitement les mots exacts des gens, et les trois filtres qui distinguent une douleur qui se paie d'une douleur qui ne se paie pas.

3. Fabriquer le produit avec l'IA, sans qu'il sente le robot

Les consignes exactes à taper, mot pour mot. Pourquoi « écris-moi un guide sur X » donne un résultat invendable, et le test d'une ligne qui décide si une page reste ou dégage.

4. Encaisser : la page qui prend l'argent

Quelle plateforme choisir pour vendre sans site et sans société, comment la régler, les cinq blocs d'une page de vente (et les dix choses

qu'elle n'a pas besoin de contenir). Plus ce qu'il faut déclarer dès la première vente, en France.

5. Donner avant de vendre : le cadeau qui construit ta liste

Ce qui fait un bon cadeau et ce qui en fait un mauvais, la mécanique complète de la capture, et l'erreur numéro un que j'ai payée cher : celle qui fait partir les gens juste après avoir donné leur adresse.

6. Les vidéos courtes : le seul canal gratuit qui reste

La structure d'une vidéo qui retient, des débuts de phrase qui fonctionnent, pourquoi le contenu mal produit bat le contenu léché, et surtout **comment reconnaître qu'une vidéo a marché**. Le signal n'est pas celui que tu crois, et se tromper là-dessus fait refaire les mauvaises vidéos pendant des mois.

7. Ne pas montrer son visage : les avatars IA

Quels outils génèrent un personnage qui parle à ta place, l'ordre de grandeur de ce que ça coûte, dans quel ordre travailler (texte, voix, image), et la limite à ne jamais franchir.

8. Le mécanisme qui transforme un commentaire en client

Le chaînon que presque personne n'explique : quel outil surveille les commentaires, comment le régler, quel message envoyer. Et le piège qui gâche tout, que j'ai payé moi-même.

9. Tes 30 premiers jours, et les erreurs qui coûtent cher

Le calendrier semaine par semaine, ce qu'on mesure et ce qu'on ignore, pourquoi il ne faut **rien** optimiser au début (et ce qu'on a quand même le droit de faire varier), et les cinq erreurs les plus coûteuses.

→ **[Le guide complet]**

Une précision d'honnêteté, parce qu'elle manque partout ailleurs : rien ici ne te promet de revenus, et méfie-toi de ceux qui le font. Ce document te donne un système et une méthode. Ce que tu en feras dépend du travail que tu y mettras, et surtout du temps que tu accorderas à la dernière partie, celle que tout le monde bâcle : amener des gens devant ton offre.