

**Lancer et faire  
prosperer une  
activité commerciale  
sur internet**



Lancer et faire prospérer une activité commerciale sur internet  
Tous droits réservés.

**Important** : ce livre numérique, comme toute œuvre de l'esprit, fait l'objet de droits d'auteur. Son contenu a été déposé chez un huissier d'une part et dans un coffre-fort numérique d'autre part. L'antériorité du texte pourra être démontrée officiellement en cas de litige. A ce titre, sauf autorisation écrite et signée de l'auteur, vous ne pouvez copier, diffuser, vendre ou donner tout ou partie de cet ouvrage.

**Décharge de responsabilité.** Veuillez noter que le contenu de ce document a pour unique vocation de vous informer. Toutes les informations contenues dans ce rapport ont été soigneusement vérifiées à l'issue de leur rédaction, mais sans aucune garantie d'exactitude, d'exhaustivité, de précision. Le lecteur (la lectrice) reconnaît et comprend que l'auteur ne s'engage aucunement en matière de conseil légal, financier, professionnel ou autre. Il ne fait notamment aucune promesse en matière de gains financiers ou autres. En lisant ce document, le lecteur (la lectrice) accepte sans réserve et définitivement le fait qu'en aucune circonstances l'auteur et/ou le vendeur ne pourra (ne pourront) être tenu(s) responsables(s) des pertes, dommages, directs et indirects, qui résulteraient de l'utilisation de l'information contenue dans ce document, incluant et ne se limitant pas aux erreurs, oublis et imprécisions.

# Table des matières

TOC \o "1-3" \h \z \u .HYPERLINK \l "\_Toc336177839" [Table des matières](#)

PAGEREF \_Toc336177839 \h 3  
HYPERLINK \l "\_Toc336177840" [Introduction](#)

PAGEREF \_Toc336177840 \h 4  
HYPERLINK \l "\_Toc336177841" [Première étape : faites le point sur votre projet](#)

PAGEREF \_Toc336177841 \h 4  
HYPERLINK \l "\_Toc336177842" [Deuxième étape : assurez-vous que votre entreprise idéale est vraiment rémunératrice](#)

PAGEREF \_Toc336177842 \h 6  
HYPERLINK \l "\_Toc336177843" [Troisième étape : faites le bilan de vos idées et de vos chances](#)

PAGEREF \_Toc336177843 \h 8  
HYPERLINK \l "\_Toc336177844" [Quatrième étape : assurez-vous d'avoir un soupçon d'originalité](#)

PAGEREF \_Toc336177844 \h 10  
HYPERLINK \l "\_Toc336177845" [Cinquième étape : étudiez votre marché](#)

PAGEREF \_Toc336177845 \h 14  
HYPERLINK \l "\_Toc336177846" [C'est plus qu'une simple étape](#)

PAGEREF \_Toc336177846 \h 17  
HYPERLINK \l "\_Toc336177847" [Vos objectifs pour le module 1](#)

PAGEREF \_Toc336177847 \h 18  
HYPERLINK \l "\_Toc336177848" [Module 1 : Check-list pour l'identification de la thématique, le positionnement, le ciblage](#)

PAGEREF \_Toc336177848 \h 19

# Introduction

Félicitations !

Vous avez décidé de créer votre propre commerce en ligne et de travailler depuis chez vous.

La première étape consiste à trouver votre propre idée de commerce, unique et lucrative.

Vous pouvez déjà savoir, sans l'ombre d'un doute, quel type de modèle d'affaires vous souhaitez suivre.

Mais effectuer une recherche préalable n'en reste pas moins important.

## Première étape : faites le point sur votre projet

En ligne, vous entendrez souvent les gens conseiller de "suivre votre passion" pour créer une entreprise lucrative. C'est un conseil que je donne moi-même car je le trouve important...le problème reste que, parfois, votre passion ne rapporte pas gros.

Si c'est le cas pour vous, vous pourriez devoir abandonner votre première idée ("Je veux vendre des accessoires pour chiens") pour une version liée – soit étendue pour être plus lucrative, soit limitée pour correspondre à une niche d'affaires plus spécifique ("Je veux vendre mes Kits de coiffure pour toutous").

C'est pour cela que vous devez faire le point maintenant et le plus sûr consiste à ***faire une liste*** de tous vos **passes-temps, talents** ainsi que de vos **expériences passées** et de vos **compétences**.

Ajoutez les **sujets que vous avez toujours rêvé d'approfondir**.

Utilisez maintenant vos résultats en tant que **mots-clés** et effectuez des recherches Google avec ces mots-clés (et variantes). Voyez ce que Google vous suggère – dans l'ensemble des résultats...

... et via sa fonction de Suggestion automatique :

Assurez-vous d'explorer en profondeur tous les résultats qui vous intéressent pour obtenir une véritable idée sur :

Ce qui existe déjà

Combien d'affaires semblables existent

Sont-elles rentables ? Les gens vendent-ils dans cette niche ?

Combien de produits similaires sont vendus sur Amazon et eBay ?

Sous quelles catégories ces produits se trouvent-ils sur ces sites ?

Quels sont les principaux concurrents dans cette niche ?

Qu'est-ce qui a été couvert dans cette niche – et qu'est-ce qui ne l'a pas été ?

"Ce qui ne l'a pas été" est souvent un bon indice pour trouver des trous que vous pouvez remplir de manière lucrative. Effectuez simplement des recherches plus approfondies sur ce sujet spécifique pour vous assurer que le besoin existe réellement... Ceci nous amène vers une étape importante, souvent négligée...

## **Deuxième étape : assurez-vous que votre entreprise idéale est vraiment rémunératrice**

Beaucoup d'entrepreneurs ont investi leur cœur, leur âme, leur temps et leur argent dans une nouvelle entreprise rêvée, simplement pour découvrir que ce n'était pas un marché lucratif.

Comme vous le savez peut-être j'accompagne personnellement certaines personnes dans leur projet de création d'activité sur internet.

Laissez-moi vous raconter le parcours de l'une d'entre elles (avec son accord !).

Prenons donc le cas de Michèle M., qui prenait tellement de plaisir à

partager sur son blog des astuces sur les poupées miniatures en tissus... qu'elle a décidé d'ouvrir un magasin de modèles.

Dans cet objectif, elle a réalisé des études de marché confirmant qu'il existait un formidable intérêt pour de nouveaux modèles dans cette niche – quelque chose qu'elle savait déjà en tant que membre d'un forum de couture extrêmement actif. Mais elle a admis ne pas avoir effectué de recherches sur un certain nombre de points :

Les clients potentiels sont-ils, en réalité, disposés à *payer* pour ces modèles de poupées ?

Combien sont-ils prêt à payer ?

Quels autres objets achètent-ils, généralement, en plus des modèles ? Réalisent-ils déjà des achats dans des magasins en ligne qui offrent des modèles et plus ?

De manière réaliste, quelle part de marché peut-elle s'attendre à obtenir ? Et qu'est-ce que cela représente en termes de revenus et de ventes ?

À quelle fréquence ses clients idéaux doivent-ils acheter ? Chaque semaine ? Trois fois par an ? Une fois tous les 36 du mois ?

Étant déjà une figure d'autorité établie dans sa niche, grâce à son blog, elle a été en mesure de rapidement générer de l'intérêt et de vendre quelques modèles... mais pas au point de pouvoir créer une source suffisante de revenus.

Puisque Michèle souhaitait vraiment travailler dans cette niche, elle est revenue à la case départ. Des recherches approfondies ont révélé un besoin criant de fournitures de couture fiables pour poupées miniatures, telles que des ornements, des micro-boutons et d'autres objets de ce genre, ainsi que des kits spécifiques (par exemple des perruques) sans compter tout ce qui concerne les maisons de poupées à faire soi-même (par exemple des meubles). Elle a réalisé des recherches sur les magasins en ligne vendant déjà ces articles et pris des notes sur ***ce qui manquait***. (Puisqu'elle est une experte des poupées miniatures, il a été facile, pour elle, d'identifier ces manques). Elle a également lu les blogs installés par les propriétaires des sites et prêté attention à ***ce que demandaient les clients***).

Elle a ensuite cherché des grossistes en France et à l'étranger pour voir la disponibilité des objets recherchés, puis calculé ***de combien elle pouvait majorer le prix de ces objets vendus en gros*** pour proposer

un prix de vente raisonnable.

Elle a ensuite acheté un espace boutique virtuelle sur internet comme ceux que vous pouvez [HYPERLINK "http://www.1and1.fr/?k\\_id=14365791"](http://www.1and1.fr/?k_id=14365791) [trouver ici](#), pour concevoir un site web focalisé et convaincant.

Et, aujourd'hui, un an plus tard, elle reste en plein essor et réalise de solides revenus.

Mais quoi faire si vous n'avez aucune idée de ce que vous aimeriez réaliser en ligne ?

Pensez-vous n'avoir (a) aucune compétence ou (b) un méli-mélo dépareillé de compétences couvrant une large palette ?

Ou peut-être êtes-vous extrêmement qualifié dans certains domaines, mais totalement épuisé par ces affaires et vous avez grandement besoin d'un changement de rythme.

Comment trouver une nouvelle carrière, sans devoir tout recommencer à zéro ?

## **Troisième étape : faites le bilan de vos idées et de vos chances**

Votre première étape consiste à faire un "brainstorming", c'est-à-dire jeter sur le papier tout ce qui vous passe par la tête. Ne rejetez rien pour le moment, il s'agit simplement de donner libre cours à votre inspiration et d'exhumer les compétences et les réussites que vous avez oubliées ou totalement tenues pour acquises. Si vous êtes bloqué, imprimez la feuille de travail suivante et remplissez-la.

### **Compétences, expérience, idées : feuille de "brainstorming"**

<b>Mes forces</b>	<b>Mes faiblesses</b>
<b>J'aime...</b>	<b>Je déteste...</b>



<b>Ce qui fait filer les heures à toute vitesse</b>	<b>Ce qui me pousse toujours à remettre à plus tard</b>
<b>Compétences que j'ai acquises</b>	<b>Expérience passée</b>

Prenez le temps de véritablement réfléchir à cette séance, en étudiant spécialement le classement des activités qui vous font oublier le temps qui passe, et celles qui vous poussent à la procrastination, ou qui vous ennuient.

Ce sont de précieux indicateurs à votre sujet, profondément et fondamentalement, vous permettant de déterminer où résident les meilleures et les plus faibles de vos compétences.

Autre exemple : Karine D. a travaillé pendant des années dans un grand centre d'appels et s'est totalement épuisée à écouter les plaintes des clients. Elle a décidé de travailler à la maison en tant qu'assistante virtuelle. Étant extrêmement organisée et possédant une bonne aptitude à faire plusieurs choses à la fois, elle a rapidement monté son commerce et a consacré sa formidable énergie à trouver des clients. Toutefois, après des débuts excitants, elle s'est "soudainement retrouvée" en train de se

spécialiser dans le service d'assistance à la clientèle, réalisant avec horreur qu'elle était de retour là où elle avait débuté – se chargeant des plaintes des clients et des gens frustrés et en colère. Seul le lieu avait changé !

Elle a restructuré ses affaires en se basant non pas sur son expérience mais sur ce qu'elle préférait. Elle a réalisé que la gestion et la constitution d'équipe étaient ses principales motivations *dans presque tous les emplois qu'elle avait eus* au cours de ses douze ans d'expérience. L'organisation du travail en équipe représentait le "dénominateur commun".

En se basant sur ce constat, elle a légèrement modifié son modèle d'affaires en ligne : au lieu de se débarrasser de ses clients, elle a sous-traité le travail en embauchant d'autres assistants virtuels à un prix plus bas que ce que payaient les clients et elle a ainsi constitué une équipe solide et motivée.

Au final, Karine réalise un profit confortable sans jamais avoir à assurer la permanence d'une ligne d'assistance à la clientèle en direct. Au contraire, elle a focalisé toute son énergie sur la gestion de ses affaires et sur la création d'une équipe sans essayer de réaliser elle-même toutes les tâches.

## **Quatrième étape : assurez-vous d'avoir un soupçon d'originalité**

Deux choix se présentent si vous voulez créer une activité un minimum rentable :

Faites que vos offres soient réellement uniques

Spécialisez-vous dans un domaine peu concurrentiel

L'idéal est de faire les deux – mais ce dont vous avez le plus besoin pour votre commerce en ligne est de **sortir du lot**.

Considérez cet exemple : dix mille potiers qui vendent des poteries en grès engendrent beaucoup de concurrence.

Essayez de rejoindre les rangs en tant que simple potier lambda vendant la même poterie en grès générique et vous coulerez sans même qu'une bulle se remarque à la surface.

Mais découvrez que les gens sont passionnés par les ornements représentant des grenouilles, et ouvrez alors un e-commerce qui se spécialise dans les grenouilles.

Emplissez votre catalogue en ligne de tasses et bols en grès avec des grenouilles, d'assiettes avec des nénuphars, de presse-papiers sous forme de grenouilles et acceptez l'artisanat d'autres vendeurs représentant des grenouilles (c'est-à-dire les vitraux avec grenouilles, les couvre-théières et dessous-de-plat faits-mains avec grenouilles) et vous pourriez obtenir la mainmise sur le marché des collectionneurs de grenouilles ! Sans compter que cela faciliterait la vente de vos autres poteries plus conventionnelles.

Ceci est un exemple de la manière d'utiliser les compétences et les atouts dont vous bénéficiez pour leur donner une nouvelle touche originale.

Bien entendu, tout ceci implique une étude de marché.

### **Exemple**

Premièrement, trouvez votre idée (ou même quatre ou cinq) – pas une idée rapide comme celle de Michèle M. avant d'ouvrir sa première version (infructueuse) de modèles de poupées miniatures, mais focalisée, avec des recherches soignées pour chaque aspect de votre niche (à l'image de ce qu'a réalisé Michèle M. avec son second essai, recherché et pensé plus minutieusement).

Lancez ensuite votre recherche initiale de base sur internet pour voir s'il existe une demande. S'il en existe une, recherchez plus en profondeur pour voir si ce sujet de niche rapporte effectivement de l'argent à ses créateurs.

Si vous possédez un produit physique tel que les grenouilles en grès ci-dessus et que vous envisagez de posséder un catalogue en ligne et une e-boutique, il existe de nombreux moyens de découvrir si votre produit-type se vendra en ligne.

Numéro un : contrôlez auprès des principaux acteurs – HYPERLINK "http://www.ebay.fr/"[eBay](http://www.ebay.fr/) et HYPERLINK "http://www.amazon.fr/"[Amazon](http://www.amazon.fr/).

Si un rapide coup d'œil nous montre qu'il existe des centaines de grenouilles à vendre – c'est votre marché.

eBay est particulièrement utile pour une recherche rapide de produit : non seulement vous pouvez voir s'il y a de la demande, mais vous pouvez également vérifier les champs affichés pour voir :

Les **prix** typiques auxquels sont commandés les objets

La **catégorie** et les **sous-catégories** sous lesquelles sont listés ces produits

S'il y a des **ventes** ou non et s'il existe un fort intérêt (nombre d'enchères)

Manifestement, il existe un marché, donc, ensuite, lancez une recherche rapide pour "grenouille céramique" sur Google...

Ici, vous disposez d'un nombre intimidant de résultats (près de 500000). Normalement, ceci représenterait un nombre beaucoup trop important de concurrents possibles – mais notez également que les deux sites se classant au sommet sont alibaba et eBay.

Ceci signifie que tout article avec photos que vous présentez sur ces sites possède beaucoup plus de chances de s'élever au sommet des résultats de recherche (spécialement si vous possédez les bons mots-clés et les descriptions appropriées et que vous suivez avec soin les spécificités relatives aux images de ces sites).

Vous devez considérer un autre facteur pour votre idée de commerce en ligne de grenouilles en grès : combien pouvez-vous fournir de grenouilles en grès chaque semaine ? Vous devez tenir compte du four, du temps de cuisson et de re-cuisson de la céramique. Donc, pas énormément, n'est-ce pas ? Pourquoi ne pas vous contenter d'un petit magasin local ?

Ah... mais vous ne deviendrez jamais riche de cette manière ! De plus, lorsque vous tenez compte du prix d'installations physiques, du temps pris par les déplacements si vous présentez vos produits dans des foires ou des salons, etc... tout ceci rognera encore plus vos profits.

Même si vous décidez de posséder une devanture réelle... ou de simplement vous rendre sur des foires quelques fois par an avec un lot de marchandises... envisagez systématiquement de proposer un catalogue en ligne. Le seul point dont vous devrez tenir compte est l'expédition, et habituellement, vos clients paient pour cela.

Beaucoup de magasins physiques font de la publicité pour des marchandises sur eBay ou sur "Le bon coin" pour construire leur liste de clients (une autre partie vitale d'un commerce en ligne).

D'autres préfèrent gérer un commerce strictement basé à la maison, sans

vitrine virtuelle sur eBay ou le bon coin, en vendant directement en ligne à partir d'un seul site. Je pense que c'est dommage...

Même si vous possédez déjà votre propre e-boutique sur internet (c'est désormais très facile), afficher certaines pièces sur eBay est une bonne stratégie pour augmenter vos ventes, gagner en visibilité et améliorer vos classements sur Google.

### **"Que se passe-t-il si je vends des services et pas des produits ?"**

Vous pouvez appliquer presque les mêmes principes et donner un coup de fouet à votre visibilité en créant un ebook ou une série d'ebooks et en les vendant sur Amazon (spécialement les versions pour le Kindle). Cela stimulera votre crédibilité et les prospects auront encore plus confiance en vous.

Toutefois, dans le domaine des services il sera encore plus important de trouver une niche compétitive, mais pas trop, au risque de voir couler votre site web. Pour cela, vous devez vous **spécialiser**.

## **Cinquième étape : étudiez votre marché**

À ce point, nous pouvons abandonner les généralités et commencer à entrer dans les spécificités.

Vous pouvez découvrir **ce que vos clients cibles désirent impérieusement** en utilisant bon nombre de tactiques.

Au sommet de la liste : demander !

Vous pouvez faire ceci de différentes manières. Commençons en ligne...

**Demandez directement aux membres des forums**, si les forums auxquels vous appartenez sont liés à votre niche. Trouvez d'autres forums pour ce sujet et rejoignez-les. Lisez les anciens messages et recherchez :

Commentaires

Plaintes

Souhaits

Questions

Ils vous fourniront des indices importants.

**Utilisez les médias sociaux** pour demander à vos amis et aux abonnés qui appartiennent également à votre groupe cible ce qu'ils veulent, ce dont ils ont besoin et ce dont ils manquent. Posez-leur des questions liées à vos affaires – et demandez-leur de les partager. Recommandé avec Facebook et Google+.

Posez la même question sur Twitter. Partagez-la sur votre blog et demandez des commentaires et des réponses via les médias sociaux.

**Créez un sondage en utilisant** une application Facebook ou Wordpress.

**Vérifiez les bourses d'emploi en ligne et voyez quels types d'emplois sont postés.**

Des sites de sous-traitance tels qu' [HYPERLINK "https://www.elance.com/"](https://www.elance.com/) [Elance](https://www.elance.com/) ou des sites d'affiliation comme [HYPERLINK "http://www.clickbank.com"](http://www.clickbank.com/) [Clickbank](http://www.clickbank.com/) vous montreront également quel type de concurrence vous affrontez, combien de travaux ont été réalisés dans votre domaine et quelle est la demande.

Découvrez vos concurrents, petits et grands. Cherchez :

Quelles sont les plaintes relatives à leur(s) produit(s) ou leurs services

Que disent leurs clients

Que demandent leurs clients

Que ne font-ils pas ou que ne fournissent-ils pas... que vous pourriez faire ou fournir

Vérifiez également ce que sont leurs bons points... et leurs mauvais. Quels sont, selon vous, les points forts et les faiblesses de ces concurrents ?

Que pourriez-vous mieux faire ?

Si vous pouvez les surpasser, que pouvez-vous faire pour qu'il soit plus facile ou plus gratifiant pour les gens d'acheter chez vous ?

Comment pouvez-vous positionner vos offres pour qu'elles soient plus attrayantes ?

Utilisez éventuellement des sites comme HYPERLINK "http://www.alexa.com/"[Alexa](http://www.alexa.com/) et HYPERLINK "http://www.quantcast.com/"[Quantcast](http://www.quantcast.com/) pour étudier les données démographiques de leurs clientèles web – ainsi que pour découvrir quels autres sites et quels autres commerces visitent ces clients. Ces sites sont en anglais mais vous pouvez parfois y dénicher des infos intéressantes.

Plus vous effectuez de recherches, plus vous saurez si votre idée est viable ou non.

D'ailleurs, elle devrait maintenant commencer à prendre forme : en fait, vous pourriez avoir rejeté votre idée originale pour vous concentrer sur une variation plus prometteuse.

À ce point, il est important de vous poser un peu plus de questions.

**Utilisez la feuille de travail qui suit** pour vous aider à poursuivre le "brainstorming" de votre idée de commerce.

Note : Ce n'est pas très grave si vous n'êtes pas en mesure de répondre de manière définitive à toutes les questions. Essayez de remplir la feuille, mais vous pourrez toujours la terminer plus tard. La chose importante est de vous concentrer sur votre projet et d'y porter l'attention qu'il mérite. Trouvez et assemblez les ingrédients de votre "recette" de réussite – lorsque vous aurez terminé, vous saurez si vous êtes ou non capable de la "cuisiner" avec succès !

<b>Quelle est mon idée de commerce ? Combien de temps puis-je y consacrer ?</b>	<b>À quelle taille de part de marché puis-je m'attendre ou laquelle puis-je viser ?</b>
<b>Qui sont mes concurrents ?</b>	<b>Quels sont les avantages ou les bénéfices que mon commerce possède par rapport à la concurrence ?</b>
<b>Mon marché est-il important ?</b>	<b>De manière réaliste, quel tarif puis-je appliquer ?</b>
<b>Qu'est-ce que je veux tirer de tout ça ?</b>	<b>À quoi puis-je m'attendre ?</b>



--	--

## **C'est plus qu'une simple étape**

Lorsque vous effectuez le "brainstorming" de votre idée de commerce, ne la considérez pas comme une simple étape supplémentaire mais comme la base de votre future activité en ligne.

Avec un emploi traditionnel, lorsque quelqu'un vous paie pour réaliser une tâche (ou des tâches), vous êtes limité par la structure que votre entreprise définit pour vous. Un véritable entrepreneur apprend rapidement comment maximiser chaque opportunité de gagner de l'argent, ne créant pas un étroit flux de revenus unique, mais de multiples flux.

Nous parlerons de ce concept plus avant (et comment le mettre en œuvre) dans le Module 2 : "Planifier votre commerce idéal".

Il est temps désormais de réaliser la mission de ce module et de commencer votre "brainstorming" : trouver votre idée originale de commerce.

## **Vos objectifs pour le module 1**

Faire le "brainstorming" de votre idée de commerce, en utilisant les feuilles de travail fournies, et réaliser des recherches avec :

Google et Bing

Amazon et eBay (en fonction du type de produit ou des affaires que vous étudiez)

Trouver une idée de travail ferme pour votre commerce (même si pour le moment ce n'est qu'un scénario "et si...").

Identifier vos concurrents.

Quels sont leurs plus gros avantages ?

Où est le "manque" dans leurs lignes de produits ou de services ?

Qui est leur groupe cible ?

Évaluez les variantes possibles concernant ce type de commerce.

Laquelle serait la plus attirante pour vos clients ou vos consommateurs (ou serait la plus utile pour eux) ?

En quoi est-ce différent de la concurrence ?

Comment positionner vos offres de manière originale ?

Cherchez un forum aligné au plus près de votre niche ou de votre marketing internet en général, et rejoignez-le. Prenez l'habitude de le lire chaque jour.

# **Module 1 : Check-list pour l'identification de la thématique, le positionnement, le ciblage**

J'ai fait la liste de tous mes :

Passe-temps

Talents

Expériences

Compétences.

J'ai ajouté les sujets que j'ai toujours voulu apprendre ou approfondir

J'ai utilisé ces résultats en tant que mots-clés pour une recherche Google, y compris en utilisant l'outil d'auto-suggestion. J'ai cherché sur Bing également.

J'ai étudié :

Ce qui existe déjà

Combien il existe de commerces similaires

Si les gens vendent dans cette niche

Combien de produits similaires sont vendus sur Amazon et eBay

Sous quelles catégories ces produits similaires se trouvent sur ces sites

Qui sont les principaux concurrents dans cette niche

Ce qui a été couvert dans cette niche – et ce qui ne l'a pas été

Qu'il y a réellement un besoin exprimé pour ce qui n'a pas été couvert

J'ai étudié quels produits ou services similaires aux miens sont choisis

J'ai calculé combien ma clientèle cible est disposée à payer

J'ai rempli la Feuille de travail de "brainstorming"

J'ai identifié le dénominateur commun qui semble, jusqu'alors, me donner satisfaction dans presque tous mes emplois ou projets

J'ai également envisagé comment :

Rendre mon commerce réellement unique

Me spécialiser dans une zone de ma niche

Me détacher de la foule

J'ai produit quatre ou cinq idées de commerce qui me plaisent :

---

---

---

---

---

J'envisage de vendre mes services :

---

J'envisage de vendre un produit :

Numérique

Physique

J'ai vérifié sur Amazon et eBay pour voir :

Les prix habituels auxquels sont commandés ces objets

La catégorie et les sous-catégories sous lesquelles ces produits sont classés

S'il y a ou non des ventes et un fort intérêt (des enchères)

J'ai vérifié à deux fois ce que veulent mes clients en :

Leur demandant

Lisant les commentaires

Cherchant les souhaits exprimés

Lisant les plaintes

Lisant les questions

Créant un sondage

Demandant via les médias sociaux auxquels nous appartenons

Créant une étude

Si mon commerce est un commerce de services, j'ai étudié les offres d'emploi et les marchés pour voir :

Quels mots-clés sont en haut des résultats pour mon type d'affaires

Quel genre de concurrence je peux affronter

J'ai effectué des recherches sur mes concurrents et j'ai découvert :

Quelles sont les plaintes relatives à leur(s) produit(s) ou services

Ce que disent leurs clients

Ce que réclament leurs clients

Ce qu'ils ne font pas ou ne fournissent pas... que je pourrais fournir ou faire

J'ai utilisé les sites d'analyse de statistiques tels qu'Alexa et Quantcast pour étudier leurs données démographiques

J'ai identifié, chez mes concurrents :

Leurs forces

Leurs faiblesses

J'ai rempli la Feuille de travail d'analyse (la seconde du Module 1)

J'ai réfléchi aux manières de maximiser chaque opportunité pour mon commerce de gagner de l'argent

J'ai terminé cette checklist

Évitez les activités qui vous poussent à remettre à plus tard et concentrez-vous sur les activités ou les sujets qui font que le temps passe deux fois plus vite !



## **Module 1 : Comment identifier et sélectionner votre marché**

Tous droits réservés.  
publication.fr" <http://www.ebook-publication.fr>

HYPERLINK "http://www.ebook-

Page PAGE 2