

SECRETS SUR LES REVENUS RÉCURRENTS

Vous pouvez vous aider à sauver
votre pouvoir d'achat

FAITES LA DIFFÉRENCE

www.gagner-sur-internet.com

Secrets sur les revenus récurrents

"Des stratégies infaillibles pour réussir dans le marketing Internet et construire votre propre pipeline d'argent !"

Avis juridique

L'éditeur s'est efforcé d'être aussi précis et complet que possible dans la création de ce rapport, bien qu'il ne garantisse ni ne déclare à aucun moment que le contenu de ce rapport est exact en raison de la nature rapidement changeante d'Internet.

L'éditeur ne sera pas responsable des pertes ou dommages de toute nature subis par le lecteur, qu'ils soient directs ou indirects, résultant de l'utilisation des informations contenues dans ce rapport.

Ce rapport n'est pas destiné à être utilisé comme une source de conseils juridiques, commerciaux, comptables ou financiers. Il est conseillé à tous les lecteurs de faire appel aux services de professionnels compétents dans le domaine juridique, commercial, comptable et financier.

Aucune garantie de revenu n'est donnée. Le lecteur assume la responsabilité de l'utilisation des informations contenues dans ce document. L'auteur se réserve le droit d'apporter des modifications sans préavis. L'éditeur n'assume aucune responsabilité de quelque nature que ce soit au nom du lecteur de ce rapport.

Table des matières

Les revenus récurrents expliqués	5
Le marketing de réseau passé en revue	6
Choisir une société de marketing de réseau	6
Guide de survie du spécialiste du marketing de réseau	12
Les secrets des "poids lourds" de l'industrie	14
À propos du marketing d'affiliation	20
En clôture	21
Guide des ressources et bonus	22

Secrets sur les revenus récurrents

Les revenus récurrents expliqués

Le revenu récurrent est un autre terme pour désigner le **revenu résiduel**. En bref, il y a **trois (3) types** de flux de revenus que vous pouvez avoir dans votre entreprise.

1. Si vous effectuez un **travail unique, une vente ou un contrat**, vous êtes payé une fois et le revenu s'arrête là.
2. Si vous occupez un **emploi normal de 9 à 5**, vous continuerez à être payé tant que vous continuerez à travailler pour votre employeur - ce que l'on appelle souvent un revenu linéaire. C'est le type de revenu dont la majorité des travailleurs "bénéficient". Même si vous êtes neurochirurgien, avocat ou ingénieur, vous n'êtes payé que tant que vous continuez à travailler. Vous arrêtez de travailler et votre compte en banque s'amenuise.
3. Le troisième type de revenu est le **revenu récurrent** où vous êtes payé même après avoir cessé de travailler. Par exemple, vous avez écrit un livre et tant que votre livre continue à se vendre, vous continuerez à recevoir des redevances pour un travail effectué une fois.

La majorité des personnes riches et aisées ont créé leur richesse par le biais d'un **flux de revenus récurrents**. Prenons l'exemple du chanteur Michael Jackson : il continue à percevoir des redevances sur les ventes de ses disques réalisés il y a plusieurs décennies. Il peut même reconditionner les mêmes vieux disques et les vendre pour générer de nouveaux revenus. Il n'a pas besoin de passer du temps en studio pour enregistrer de nouvelles chansons afin que l'argent **continue d'affluer** ! C'est la situation la plus idéale des trois. Nous aimerions tous travailler une fois et être payés encore et encore. C'est le pouvoir des revenus récurrents !

La majorité des professionnels qui bénéficient de ce type de revenus appartiennent aux domaines créatifs tels que les acteurs, les écrivains, les chanteurs et les inventeurs.

Malheureusement, peu d'entre nous ont la chance d'avoir les talents de Michael Jackson, et encore moins la possibilité d'être dans des industries lucratives. Cependant, il existe une opportunité naissante pour tout individu ordinaire de profiter d'un revenu résiduel aujourd'hui au 21^{ème} siècle.

Vous l'avez deviné : **il ne s'agit de rien d'autre que du marketing de réseau.**

Marketing de réseau examiné

Le domaine du marketing de réseau ou marketing multi-niveaux (MLM) a également contribué, au cours des 60 dernières années environ, à rendre le concept de revenu récurrent très populaire et attrayant.

Vous pouvez y construire un réseau de distributeurs, appelé "*down line*", et générer des revenus en dehors de vos propres efforts immédiats. Travailler pour une société de marketing de réseau est l'un des **moyens les plus efficaces** de générer une **richesse récurrente**. Nous allons donc maintenant examiner les secrets d'un marketing de réseau réussi.

Choisir une société de marketing de réseau

Selon un journaliste respecté, Richard Poe, dans son livre ***Wave4 - Network Marketing in the 21st Century***, le marketing de réseau est responsable de l'acheminement de biens et de services d'une valeur de ****100 milliards de dollars**** par an au niveau mondial. Il est donc très probable que vous ayez déjà été en contact avec un type de produit ou de service de marketing de réseau. Le concept consistant à faire circuler des marchandises par l'intermédiaire d'une armée de distributeurs indépendants a gagné sa place dans le monde du marketing, malgré la publicité négative dont souffre le secteur. Le marketing de réseau est là pour rester ; la question qui demeure est la suivante : "Comment choisir une société ?"

Voici quelques indications très importantes qui vous guideront dans la bonne direction. Toute entreprise qui répond à ces critères sera une excellente entreprise à contacter.

1. Une entreprise qui existe depuis au moins 5 ans, qui dispose d'un excellent soutien financier, d'une excellente gestion et d'une philosophie du "distributeur d'abord". L'entreprise doit également avoir un objectif de développement à long terme et ne pas chercher à faire de l'argent rapidement.

C'est peut-être un objectif assez élevé à atteindre, mais si l'on considère que la grande majorité des jeunes entreprises de marketing de réseau échouent au cours de leurs trois premières années, vous ne voulez pas que votre flux de revenus se tarisse soudainement ! Ce n'est pas une partie de plaisir de découvrir qu'après avoir consacré du temps, des efforts et de l'argent à la mise en place d'une organisation solide, l'entreprise ferme ses portes parce qu'il manquait l'un de ces éléments essentiels.

Il existe un mythe répandu selon lequel le meilleur moment pour rejoindre une entreprise est au démarrage - ce que l'on appelle "l'opportunité du rez-de-chaussée" -, mais à vrai dire, le rez-de-chaussée s'effondre souvent, laissant de nombreuses personnes très malheureuses. Cela ne veut pas dire que vous devez attendre cinq ans pour voir si une société va bien fonctionner, car logiquement, cela signifierait qu'aucune société de marketing de réseau ne verra jamais le jour. Ce qu'il faut retenir, c'est que vous devez évaluer votre risque et savoir que le risque de perdre votre argent est plus élevé avec une nouvelle société qu'avec une société ayant fait ses preuves.

Vous connaissez le proverbe qui dit que la preuve du pudding est dans le manger ; tout comme la preuve de la stabilité d'une société de marketing de réseau est dans la durée de survie. En fait, en plus de 60 ans d'histoire du marketing de réseau et après des dizaines de milliers de créations d'entreprises de marketing de réseau, seules 42 entreprises environ ont atteint leur ^{cinquième} anniversaire.

Tout propriétaire d'entreprise admettra que les premières années sont les plus difficiles. C'est la période où l'entreprise commence à peine à prendre pied et où les revenus sont probablement faibles. Si l'entreprise ne dispose pas d'un soutien financier approprié, elle a peu de chances de survivre à ces années. Vous ne voudriez pas rejoindre une entreprise qui dépend trop des distributeurs pour survivre. Une société de marketing de réseau met du temps à prendre de l'élán en raison de la nature même de l'activité - publicité de bouche à oreille, les gens parlent aux gens. Avant d'atteindre cet élan, elle doit disposer du soutien financier nécessaire pour survivre aux premiers obstacles.

L'assistance à la clientèle pour les distributeurs est également un élément essentiel de l'entreprise. Si les distributeurs se sentent négligés, ils ne resteront tout simplement pas sur place.

Surtout sur le marché actuel, où des milliers d'entreprises de marketing de réseau se bousculent. Les distributeurs sont les consommateurs et les vendeurs, et les négliger revient à commettre un certain suicide.

La triste réalité de l'industrie du marketing de réseau est qu'il y a beaucoup d'escrocs qui viennent juste pour l'argent rapide avant de fermer boutique et de disparaître. Vous devez donc faire preuve de diligence raisonnable en consultant les sites Web d'alerte aux consommateurs tels que FTC.gov et WorldWideScam.com, entre autres. Ces escrocs mettent généralement l'accent sur le plan de rémunération plutôt que sur le produit - s'il y a vraiment un produit - et appliquent des tactiques de vente à haute pression pour vous persuader de vous joindre à l'"opportunité du rez-de-chaussée". Ces criminels profitent de la cupidité humaine et ont peu de sympathie pour les naïfs.

2. Des produits ou des services de haute qualité (uniques si possible), à un prix raisonnable, qui doivent être, dans l'idéal, consommables afin que les utilisateurs soient amenés à acheter encore et encore.

Traditionnellement, les sociétés de marketing de réseau sont en mesure de fabriquer des produits de meilleure qualité simplement parce qu'elles n'ont pas à payer des prix exorbitants pour la publicité. Il suffit de penser aux millions de dollars versés chaque année par des entreprises telles que *Nike* à des stars du sport pour une publicité de 30 secondes. Cet argent, si *Nike* suivait le modèle du marketing de réseau, pourrait être utilisé pour développer des produits de meilleure qualité et payer de meilleurs salaires à ses employés. Étant donné qu'une grande partie du budget d'une entreprise normale est consacrée à la publicité, les entreprises de marketing de réseau fourniront un produit de meilleure qualité, toutes choses égales par ailleurs, par dollar dépensé.

N'oubliez pas non plus que vous voulez être payé en permanence et que vous avez donc besoin d'un produit ou d'un service *consommable*, de sorte que le client doive se réapprovisionner en permanence. Les entreprises de nutrition et de télécommunication répondent très bien à cette exigence.

Outre le fait d'être consommable, un autre facteur important est le degré de nécessité de ce produit ou service. L'aspect négatif de la promotion des produits nutritionnels est que la plupart des gens ne se préoccupent de leur santé que lorsqu'elle est déjà défaillante ! (Vous feriez bien de recruter à l'hôpital local). Si vous commercialisez un service tel que l'hébergement Web, une couverture médicale ou des services juridiques, vous avez plus de chances d'avoir moins d'attrition dans votre ligne descendante.

Si l'entreprise vend un produit que vous pouvez acheter dans votre grand magasin local, il est peu probable que vous réussissiez. Un produit unique ou exclusif aura de meilleurs résultats car il y aura *moins de concurrence* - vous apprendrez très tôt que la concurrence zéro n'existe pas, même si certaines entreprises veulent le prétendre.

La question " test " à appliquer au prix du produit ou du service est la suivante : " *Est-ce que j'achèterais à ce prix s'il n'y avait pas de plan de rémunération associé ?* " Si votre réponse est "non", vous êtes en présence d'un système pyramidal potentiel, dans lequel un produit est simplement associé au plan de rémunération pour que l'opportunité paraisse légitime. Dans ce cas, vous constaterez toujours que le plan de rémunération devient l'argument de vente et que le produit ou le service est rarement mentionné.

Voici des articles d'information sur la manière de reconnaître et d'éviter de telles combines :

3. Un plan de rémunération équitable pour les distributeurs à temps plein et à temps partiel, avec des primes de leadership pour ceux qui constituent des équipes importantes et productives.

Nous avons déjà mentionné qu'une société de marketing de réseau prospère a pour philosophie "le distributeur d'abord". Le plan de rémunération est le meilleur moyen d'illustrer cette philosophie. Il suffit d'un peu d'arithmétique pour savoir combien de ventes ou de distributeurs il vous faut dans votre organisation pour faire des bénéfices. La plupart des gens ne prennent pas le temps de faire ces calculs et se laissent parfois "tromper" par les tableaux fantaisistes de revenus potentiels publiés par la société.

Ce qu'il faut retenir, c'est que vous devez lire entre les lignes et les petits caractères pour être sûr d'être payé pour votre effort. La plupart des gens vont survoler cette section parce qu'elle peut ressembler à un code fiscal et qui aime faire ses impôts ? C'est pourquoi nous engageons des comptables.

Les plans de rémunération se répartissent essentiellement en *quatre* types :

- (a) **Le plan Break Away.** Il s'agit du plan le plus ancien et le plus traditionnel, qui permet aux distributeurs de créer et d'être payés par un nombre illimité d'associés de première ligne. Lorsque les associés de la ligne de front atteignent un certain volume prédéterminé, ils peuvent "se détacher" de leur ligne ascendante et former leur propre organisation. Dans ce plan de séparation, les leaders sont rémunérés sur l'ensemble de leur ligne de front et également sur certains niveaux inférieurs de leurs groupes de séparation. Dans ce modèle, si vous ne travaillez pas, vous ne mangez pas. Vous devez recruter afin d'être rémunéré.
- (b) **Le plan Unilevel.** Ici, vous n'êtes payé que sur un certain nombre de niveaux déterminés par l'entreprise. Dans ce cas, il n'y a pas de groupes "séparés". Plus votre ligne de front est grande, plus la taille totale de votre groupe sera importante. Les niveaux inférieurs seront donc beaucoup plus grands que les niveaux supérieurs. Encore une fois, si vous ne recrutez pas, vous ne recevez pas de chèque.
- (c) **Le plan Matrix.** Dans ce plan, vous êtes limité au nombre de recrues que vous pouvez avoir sur votre ligne de front. Ainsi,

dans une matrice de **3 X 5**, vous aurez 3 recrues sur votre ligne de front, puis 9 sur le deuxième niveau, puis

27 sur le suivant et ainsi de suite. Par rapport aux deux autres plans que nous avons examinés, le plan matriciel limite votre réussite à un certain niveau. Ce qui est si séduisant dans ce plan, c'est qu'on dit aux recrues qu'elles n'ont besoin que d'obtenir 3 et on leur promet même un "spill-over" d'un "poids lourd" de leur ligne ascendante. Le résultat est que tout le monde s'inscrit à la recherche de retombées et ne fait jamais d'effort personnel. Résultat ? Un échec certain. Une matrice, bien que limitée, peut fonctionner mais les distributeurs doivent dépendre de leurs efforts personnels et faire en sorte que les retombées (si elles existent) ne soient qu'un bonus supplémentaire.

- (d) **Le plan binaire.** Ce plan est un cas particulier de la matrice où vous ne pouvez avoir que deux personnes sur votre ligne de front, d'où le terme "binaire". La seule réserve ici est que beaucoup de ces plans exigent que vous équilibriez les deux côtés de votre organisation avant de pouvoir être payé. Il s'agit en fait d'une astuce pour que l'entreprise puisse garder votre argent le plus longtemps possible et parfois pour toujours. Certaines sociétés malhonnêtes commencent par n'ouvrir qu'un seul côté du binaire - appelé "*jambe de force*" - car il n'y a aucune possibilité que vous soyez payé tant que l'autre côté n'est pas ouvert. Au moment où l'autre côté est ouvert, de nombreuses personnes peuvent avoir quitté la société en laissant également leurs chèques de commission. Vous vous retrouvez à jamais, non seulement à recruter, mais aussi à essayer d'équilibrer les côtés de votre équipe. Méfiez-vous de tels plans !

Des variantes de ces plans ont vu le jour, comme le plan linéaire où vous êtes payé sur chaque personne qui vient après vous. Les entreprises qui suivent ces plans ne semblent pas survivre très longtemps, car la plupart des gens se contentent de s'inscrire et d'attendre leur chèque. Il n'y a pas de véritable incitation à travailler sur le plan.

Avertissement : Vous devez toujours vous méfier des plans de rémunération qui **versent plus de 60 %**. Cela signifie généralement que le produit est trop cher, que les quotas de qualification ou les volumes sont presque impossibles à atteindre ou que la structure de rupture peut vous priver de votre investissement et de votre travail. Si l'entreprise utilise le plan de rupture, vous risquez de voir votre ligne de crédit disparaître au moment où vous êtes sur le point de toucher le gros lot. Si une société a l'intention d'être trompeuse, elle le sera dans son plan de rémunération ; étudiez-le donc bien !

4. Une formation et un solide soutien en amont pour votre équipe.

De nombreuses entreprises fournissent du matériel de formation et de promotion à leurs distributeurs, mais il est souvent difficile de trouver un équilibre entre la promotion des produits et la formation des distributeurs. Et la formation des distributeurs passe généralement au second plan. Vous devez vous méfier des entreprises qui demandent des prix exorbitants pour leur matériel promotionnel. Vous investissez votre argent dans la publicité et l'entreprise ne doit pas chercher à faire des bénéfices sur votre dos, même si beaucoup le font.

Vous devriez chercher à vous aligner sur un leader expérimenté et apprendre autant que possible de ses méthodes de recrutement. N'oubliez pas d'étudier votre ligne ascendante, car elle peut être le facteur déterminant de votre réussite ou de votre échec.

Étudiez la documentation de l'entreprise pour voir qui sont les "gros bonnets" et rejoignez leur groupe. On dit que la misère aime la compagnie ; il en va de même pour le succès.

5. Un marché large et même mondial si possible.

Il se peut que vous trouviez une entreprise possédant toutes les caractéristiques que nous avons examinées jusqu'à présent et que vous découvriez ensuite qu'elle n'est pas disponible dans votre région - aïe ! Avec l'avènement d'Internet, les entreprises sont de plus en plus nombreuses à se mondialiser. Cela signifie que votre marché sera plus vaste et que vos chances de constituer une équipe solide seront considérablement améliorées.

Outre la géographie pure de la portée du marché de l'entreprise, il y a aussi la base de clientèle potentielle. Par exemple, de nombreuses entreprises américaines de produits nutritionnels visent les "babyboomers", qui ont maintenant atteint la quarantaine et représentent un bon pourcentage du public acheteur, en termes de moyens et de nombre. Ces clients veulent paraître plus jeunes et sont très soucieux de leur santé. Tout produit qui répond à leurs besoins a toutes les chances de trouver un marché.

Les enfants des baby-boomers constituent une autre grande "bulle" lorsqu'on examine les données démographiques. Regardez à quoi ils dépensent de l'argent !

Choisir une entreprise qui propose un produit ou un service pour lequel il n'existe pas de marché prêt à l'emploi rendra la tâche du distributeur très difficile. Et dans ce secteur, il faut beaucoup d'encouragements.

Guide de survie du spécialiste du marketing de réseau

Dans l'industrie du marketing de réseau, le taux d'attrition peut atteindre plus de **70%**. Cela signifie que la majorité des personnes qui essaient une société de marketing de réseau ne survivent pas aux premiers mois ! Le bon côté de la chose, c'est que 9 personnes sur 10 de celles qui

survivent pendant dix ans et deviennent très riches. Ce secteur a produit plus de millionnaires indépendants que tout autre secteur en Amérique. Quelle recommandation pour le marketing de réseau !

Si ce secteur a produit tant de millionnaires autodidactes, comment se fait-il que davantage de personnes ne restent pas sur le long terme ? Nous allons d'abord examiner certaines des principales raisons de l'échec, puis quelques conseils pour vous aider à échapper à ces pièges.

Les 5 principales raisons de l'échec des spécialistes du marketing de réseau

Les êtres humains sont des créatures complexes et il est donc toujours un peu risqué de faire des déclarations générales. Toutefois, au fil du temps, un schéma se dessine et nous pouvons avoir une très bonne idée des raisons pour lesquelles tant de personnes se lancent dans cette activité et abandonnent ensuite.

Mauvaise gestion du rejet des membres de la famille proche et de leur marché chaud.

Lorsqu'une personne découvre le concept du marketing de réseau, elle est très motivée - principalement par les possibilités de revenus - pour commencer à recruter immédiatement. La plupart des entreprises vous apprendront à commencer par une liste de votre marché chaud et à travailler à partir de là. Même s'il s'agit d'un parcours logique, le rejet de ce groupe peut être très décourageant et la plupart des gens s'arrêtent là. Cela signifie que la majorité des recrues abandonneront après avoir parlé à leur conjoint, par exemple.

Ce n'est que récemment que le marketing de réseau a été reconnu comme une profession viable et respectée et beaucoup sont encore prompts à crier "Oh ! vous voulez dire un système pyramidal". Cela est dû à la presse négative dont ont fait l'objet de nombreuses sociétés célèbres et à l'incompréhension générale du public.

Faux espoirs de résultats trop précoces avec trop peu d'efforts.

Selon la manière dont l'affaire est présentée, on peut avoir l'impression qu'il n'y a pas beaucoup d'efforts à fournir. Il suffit de trouver deux personnes qui en obtiennent deux et vous pouvez devenir riche. Lorsque les premières recrues se rendent compte que le marketing de réseau implique un travail considérable de *mise en réseau* et de *marketing*, la déception s'installe rapidement. Il faut *travailler*, et toute entreprise qui vous présente un plan et vous dit que vous n'avez rien à faire est un mensonge.

Tous les spécialistes du marketing de réseau qui ont réussi ont travaillé pour obtenir leur succès.

De nombreux spécialistes du marketing ne prennent pas en compte dans leur planification le coût de la publicité de leur entreprise. Or, ce coût peut engloutir une bonne partie de votre investissement, surtout lorsque vous venez de vous lancer. L'idée est que vous devez considérer cette activité comme une activité normale et non comme un simple essai.

Manque de concentration.

Les spécialistes du marketing de réseau ont acquis la réputation de sauter d'une entreprise à l'autre comme ils changent de vêtements. C'est du moins le cas de ceux qui flirtent avec le succès sans jamais l'atteindre.

Comme je l'ai déjà mentionné, ceux qui survivent aux premières années réussissent généralement très bien. Cependant, nombreux sont ceux qui sont à la recherche de la "prochaine grande affaire" et qui sautent d'opportunité en opportunité. Cela décrit normalement le comportement de ceux qui sont à la recherche de la toujours fuyante "opportunité du rez-de-chaussée". La règle de base est que vous devez vous établir dans une entreprise solide avant de vous aventurer dans d'autres entreprises. Et si vous travaillez sur plusieurs opportunités, faites en sorte qu'elles soient complémentaires les unes des autres. Un exemple parfait est de travailler dans une entreprise de prospection dont vous aurez de toute façon besoin pour alimenter votre entreprise principale de marketing de réseau. *En fait, si vous trouvez des outils qui améliorent votre activité, pourquoi ne pas les acheter auprès d'une entreprise qui a un plan de rémunération ?*

L'incapacité à mettre en place un plan de recrutement facile à dupliquer.

Avec l'avènement d'Internet et de tous les nouveaux moyens de communication qu'il offre, le marketing de réseau a parcouru un long chemin depuis les réunions à domicile et les présentations de maison en maison. Ces présentations étaient très intimidantes pour de nombreuses personnes et la chaîne de recrutement se brisait souvent en cours de route. La clé ici est que si la machine à recruter n'a pas un système que tout le monde peut facilement utiliser, elle s'arrêtera net. Les bons formateurs savent qu'un système simple doit être mis en place, sinon les efforts du formateur ne seront pas correctement reproduits. Si l'on donne l'impression qu'une recrue doit être transformée en un conférencier public instantané, donnant des discours de motivation au Hilton local, elle peut être facilement effrayée.

En même temps, vous devez prendre le temps d'apprendre le système et de vous familiariser suffisamment avec les produits pour pouvoir parler à un ami de ses avantages. En tant qu'utilisateur, cela ne devrait pas être

difficile. Il est conseillé de travailler avec un système qui a été testé sur le terrain, plutôt que d'essayer d'inventer un nouveau système.

vos propres méthodes. Cela ne veut pas dire que vous ne devez pas être innovant, mais il ne sert à rien de réinventer la roue non plus, alors soyez pédagogue.

Baby-sitting des membres de la ligne descendante.

L'enseignement fait sûrement partie du jeu de la constitution d'une équipe solide. Certains spécialistes du marketing font l'erreur d'en faire trop pour les membres de la ligne descendante en pensant que s'ils ne le font pas, leurs recrues partiront. Mais cela se retourne souvent contre eux, car les membres de la ligne descendante deviennent à l'aise et dépendent trop de leur ligne ascendante et ne deviennent jamais assez forts pour construire leurs propres équipes. Il y a une limite à ce que l'on peut faire pour quelqu'un et pas plus. Ces membres gâtés et trop dépendants peuvent devenir un handicap plutôt qu'un atout pour votre équipe. Évitez donc la tentation de microgérer votre équipe ; vous vous épuiserez. Apprenez aux membres de votre équipe à pêcher au lieu de pêcher pour eux.

Les secrets des "Heavy Hitters" (frappeurs lourds)

Nous arrivons maintenant au côté positif de l'équation. Quatre-vingt-dix pour cent de la conquête d'un problème consiste à identifier le problème. Même les toxicomanes doivent d'abord admettre qu'ils ont un problème avant de pouvoir être aidés. Donc, si nous pouvons passer rapidement en revue les principales raisons pour lesquelles les gens échouent, nous pouvons éviter ces pièges. Jetons un coup d'œil à ces conseils :

1. **Soyez prêt à faire face au rejet.** Qui a dit que la vente, quelle qu'elle soit, était facile ? Mais tout est question d'attitude. Si vous pouvez comprendre qu'un rejet de l'opportunité qui vous enthousiasme tant n'est pas un rejet de vous en tant que personne, alors vous êtes sur la bonne voie. "Non" doit être interprété comme "suivant". C'est plus facile à dire qu'à faire, mais c'est le prix à payer pour réussir. L'Internet et d'autres nouvelles technologies permettent maintenant d'adopter des approches qui évitent le rejet, comme l'utilisation de pages de capture de prospects et de messages de répondeur automatique. Ces méthodes servent à "pré-qualifier" vos prospects. Cependant, il faudra bien un jour ou l'autre entrer en contact personnel avec les membres de votre famille.

Une partie de la préparation de votre esprit à ces personnes "négatives" consiste à vous remplir l'esprit de messages positifs. Il existe de nombreux conférenciers spécialisés dans le marketing de réseau et la

"pensée positive" qui vous aideront à garder le moral. Vous serez surpris de découvrir le coup de pouce que les cassettes et les livres de motivation peuvent donner à votre attitude en général. C'est l'un des avantages d'être dans ce secteur - il vous apprend à avoir une vision plus claire de la vie.

2. **Soyez réaliste dans vos attentes.** Si vous en attendez trop et trop vite, vous risquez d'être déçu. Acceptez le fait qu'il s'agit d'une activité légitime qui exige un investissement en temps et en efforts et que vous devez être prêt à semer les graines pour obtenir la récolte que vous espérez. Qui construit une maison sans en considérer d'abord le coût ?

Lorsqu'on vous cite les salaires des grands recruteurs, assurez-vous de demander combien de temps et d'argent ils ont dépensé pour arriver à ce niveau. Cette information vous donnera une image plus claire.

3. **Une fois que vous avez trouvé une société réputée, préparez-vous à rester sur le long terme.**

Cela va sans dire, mais si vous voulez réussir, vous devez maintenir le cap. Les personnes qui ont le mieux réussi dans la vie ont traversé des périodes très difficiles, mais elles se sont accrochées et ont laissé un héritage derrière elles. On dit souvent que les temps difficiles ne durent pas, mais que les gens difficiles, eux, durent. Il en va de même pour ceux qui cherchent à se constituer un revenu récurrent solide. Vous devriez vous engager pour au moins 3 ans avant de prendre une décision.

Sauter d'une opportunité à l'autre ne fait que démontrer un manque de décision et de stabilité dans votre planification. On s'attend à ce que les adolescents tombent et retombent amoureux tous les quelques mois, mais les couples mariés se sont engagés pour la vie. Préparez-vous à un mariage et non à une aventure !

4. **Ne rendez pas l'entreprise plus compliquée qu'elle ne doit l'être. Tenez-vous-en à ce qui fonctionne.**

La tentation est toujours grande d'améliorer les méthodes qui ont fait leurs preuves chez les réseaux expérimentés. Faites ce qui fonctionne, et non ce qui *devrait* fonctionner. Si vous trouvez un système qui a fonctionné, il suffit de le mettre en pratique et d'en tirer le maximum de succès. Cela signifie que vous devez vous montrer enseignable à votre ligne ascendante et être prêt à enseigner le même système aux membres de votre ligne descendante. Le succès vient normalement du fait de faire ce qui fonctionne, encore et encore, jusqu'à ce que cela devienne une seconde nature.

Une autre mise en garde s'impose : n'attendez pas de vos recrues ce que vous ne faites pas vous-même. Il existe de nombreux réseauteurs qui donnent des conseils qu'ils ne sont pas prêts à suivre. En d'autres termes, ils demandent aux membres de leur équipe de "faire le sale boulot" pour eux. Cette pratique nuit à la

le vrai sens de la *duplication* - je fais la même chose que ce que je vous apprends à faire.

5. **Entraînez-vous, puis lâchez-vous !**

Le véritable pouvoir du marketing de réseau est le pouvoir de l'effet de levier. Au lieu d'utiliser 100% de votre propre effort, vous utilisez 1% de l'effort de cent personnes. Si les membres de votre ligne descendante deviennent trop dépendants de vous, ils utiliseront 110 % de vos efforts. Cela peut facilement conduire à un épuisement rapide.

La clé est donc de former vos collaborateurs de première ligne, puis de les former à former leurs collègues de première ligne. Au fur et à mesure que vous acquerez de l'expérience dans l'entreprise, vous pourrez occasionnellement prendre le relais d'un collègue. L'important ici est que les membres de votre équipe comprennent que des efforts sont nécessaires de leur part, sinon ils ne peuvent pas compter sur votre soutien.

Voici d'autres conseils d'initiés qui vous permettront d'être vraiment opérationnel dès le départ. Ces "secrets" sont tirés de l'étude de ceux qui ont gagné des millions dans ce secteur.

6. **Parlez à plusieurs personnes en même temps plutôt qu'à une seule à la fois.**

Nous venons de mentionner que le véritable pouvoir du marketing de réseau est de démultiplier vos efforts. Avez-vous remarqué que les personnes qui réussissent vraiment dans ce secteur ne parlent jamais à une seule personne à la fois ? Pensez-y. Votre message ou scénario de recrutement sera le même pour chaque prospect. Vous leur présentez une opportunité commerciale. Si vous deviez utiliser le téléphone pour faire vos présentations, à combien de prospects pourriez-vous parler en une journée ? Voici donc ce que font les spécialistes du marketing sérieux :

- (a) Mettez en place un numéro gratuit avec un message enregistré et invitez les appelants à laisser leur numéro et d'autres informations de contact.
- (b) Annoncez des conférences téléphoniques où de nombreuses personnes peuvent se joindre et écouter votre présentation en même temps.
- (c) Mettez en place un tableau d'affichage sur votre site web où les gens peuvent poser des questions et discuter de l'entreprise.

- (d) Organisez une conférence en ligne avec un salon de discussion.
- (e) Achetez des prospects et chargez-les dans un répondeur automatique avec votre message de prospection. Faites attention ici pour éviter les plaintes pour SPAM. Vérifiez également que le répondeur automatique que vous utilisez vous permet d'utiliser des pistes achetées.

2. Ciblez d'autres spécialistes du marketing de réseau.

Cela peut sembler aller à l'encontre de l'idée de ne pas sauter d'une opportunité à l'autre, mais il est beaucoup plus facile de travailler avec quelqu'un qui a déjà travaillé dans le secteur qu'avec une personne totalement nouvelle. Il existe des courtiers en listes qui se spécialisent dans les listes de distributeurs d'entreprises qui ont fermé leurs portes. Pour ces personnes, vous n'avez pas à leur apprendre à pêcher, elles le savent déjà, et cela peut être un plus.

En outre, vous pouvez vous attendre à ce que, s'ils s'associent à vous, ils puissent apporter toute leur ligne descendante de l'ancienne entreprise. Bien sûr, l'un des problèmes est que ces spécialistes du marketing chevronnés seront également plus difficiles à recruter, car ils adopteront une position plus critique vis-à-vis de votre opportunité.

3. Ciblez les personnes à l'esprit d'entreprise et les entrepreneurs.

Là encore, vous ciblez des personnes qui sont déjà motivées et qui comprennent ce qu'il faut pour gérer une entreprise avec succès. Ces personnes sont également déjà en réseau dans leur entreprise et sont donc en position d'influence. Il s'agit notamment des chiropracteurs, des agents immobiliers, des vendeurs et des spécialistes du marketing sur Internet. Ces professionnels sont en contact avec un grand nombre de personnes et pourraient être le coup de pouce dont l'organisation a besoin. Plus vos prospects ont l'esprit d'entreprise, plus vous avez de chances de les recruter.

4. Faites un plan écrit avec tous vos objectifs et les étapes à suivre pour les atteindre.

Les psychologues nous disent que lorsque nous mettons quelque chose par écrit, nous sommes plus susceptibles de nous y engager. C'est pourquoi, dans un contrat, vous êtes tenu d'apposer votre signature sur la ligne pointillée - cela vous aide à respecter votre part du marché.

Tout propriétaire d'entreprise devrait avoir un objectif à atteindre. Si vous ne visez rien, vous risquez d'échouer. Si votre objectif est d'atteindre un

revenu récurrent de 10 000 \$ par mois, vous devez vous fixer des objectifs plus modestes pour y parvenir. Par exemple, 3 000 \$ par mois après la première année, puis 7 000 \$ par mois après la deuxième année.

par mois après la deuxième année et enfin 10 000 \$ par mois à partir de la troisième année.

Une partie très importante de la rédaction de ce plan consiste à calculer ce qui est nécessaire pour atteindre votre objectif. Ainsi, si vous devez appeler 20 personnes pour obtenir un "oui" et que ce prospect vaut 50 dollars par mois pour vous, vous saurez combien d'appels vous devez passer par mois pour atteindre 3 000 dollars par mois en un an. Cela semble simple, mais la plupart des gens ne font pas ce genre de calcul et gèrent donc leur entreprise avec des attentes aveugles.

Savoir où l'on va est l'un des moyens les plus faciles d'y arriver !

5. Travaillez continuellement à améliorer vos compétences relationnelles, en particulier votre capacité d'écoute.

À la base, le marketing de réseau est vraiment une gestion des personnes. Si vous n'aimez pas avoir affaire aux gens, ce n'est pas pour vous. Vous serez toujours en contact direct ou indirect avec des personnes et vous devez donc améliorer vos compétences relationnelles.

L'une de ces compétences sur laquelle vous devrez vous concentrer en priorité est votre capacité d'écoute. L'un des défauts les plus courants des vendeurs de réseau est qu'ils parlent trop et n'écoutent pas assez. Cela s'applique à la majorité des vendeurs. Vous devez toujours prendre le temps d'écouter le client, car si vous le faites, il vous dira ce qu'il recherche ! Voici quelques conseils rapides pour améliorer votre capacité d'écoute (en particulier au téléphone) :

- (a) Eh bien ... arrêtez de parler et écoutez. C'est la partie la plus difficile.
- (b) Apprenez à vous mettre à la place du prospect. Votre prospect est-il une mère célibataire qui a du mal à joindre les deux bouts ? Faites preuve d'empathie et proposez une solution.
- (c) Répétez ce que la personne vous dit pour vous assurer que vous comprenez ce qu'elle dit. Cela permet également à l'autre personne de se sentir "entendue".
- (d) Essayez de ne pas les interrompre pendant qu'ils parlent - une autre difficulté.
- (e) Posez beaucoup de questions pour obtenir des éclaircissements, mais sans chercher à vous confronter.
- (f) Évitez de tirer des conclusions inutiles et apprenez à "écouter entre les lignes".
- (g) Souriez ! Vous serez surpris de voir l'effet que cela a sur le ton de votre voix.

6. Restez informé de ce qui se passe dans le secteur en vous abonnant à au moins une revue professionnelle de marketing de réseau.

Il existe de nombreux magazines et de nombreux livres sur le marketing de réseau. En tant qu'"expert" dans ce domaine, vous devez être en mesure d'en parler de manière professionnelle et être au courant des dernières tendances et technologies à votre disposition. Pensez à quel point vos prospects seront impressionnés lorsque vous pourrez leur citer les dernières statistiques. Cela vous permet d'établir une crédibilité immédiate auprès de vos prospects. Si vous comptez faire 20 000 \$ par mois, pensez à ce que d'autres professionnels ayant un salaire similaire ont dû endurer avant d'atteindre ce niveau, un médecin par exemple : des années d'études de médecine, des prêts scolaires et des stages ! Ne lésinez pas sur votre formation.

7. Écrivez votre propre livre ou produisez des cassettes et des CD de marketing de réseau.

Cela peut sembler être un défi de taille, mais ce n'est pas aussi difficile qu'il n'y paraît. Tout d'abord, vous pouvez publier un livre électronique, même si vous le faites écrire par un rédacteur fantôme professionnel. Vous pouvez placer une offre sur un site Web tel que Elance.com et demander à des écrivains de faire une offre pour votre travail. Ce livre portera votre nom sur la couverture et personne ne devra savoir que vous n'avez jamais écrit un seul mot !

Les cassettes audio et les CD peuvent être produits à la maison à l'aide d'un enregistreur stéréo ou dans un studio de son local. Vous pouvez également utiliser votre ordinateur avec les logiciels et le matériel appropriés pour le faire. Il existe de nombreuses sociétés qui reproduiront ces enregistrements pour vous à un coût minimal. Le fait d'avoir votre nom sur ces produits peut constituer un véritable atout pour vos revenus. Les gens veulent savoir qu'ils suivent un leader et c'est ainsi que vous vous présentez.

À propos d'Affiliate Marketing

Le marketing d'affiliation a été rendu très populaire sur Internet par des sociétés telles que JVzoo.com, Amazon.com, ComissionJunction.com et ClickBank.com.

À proprement parler, comme vous recevez une commission unique pour la plupart de vos ventes dans un programme d'affiliation, ce revenu n'est pas vraiment récurrent. L'astuce consiste à rejoindre des programmes d'affiliation qui offrent un **service mensuel**, tel qu'un hébergement Web ou des sites Web d'adhésion. Rappelez-vous que la clé est que le produit doit être consommable ou nécessite un renouvellement. De plus, les programmes d'affiliation ou d'association ne vous paient généralement pas au-delà du deuxième niveau, ce qui vous empêche de créer de grandes organisations comme dans une société de marketing de réseau. Dans ce cas, vous devrez vous déployer largement - créer une grande ligne de front.

La plupart des programmes d'affiliation n'exigent pas de vous que vous formiez ou souteniez vos clients, donc tout s'équilibre. Dans la vie, il est difficile d'enfreindre la règle "*vous obtenez ce pour quoi vous payez*". C'est le principe des semailles et des récoltes.

En conclusion

Vous devriez examiner vos sources de revenus et les évaluer pour voir combien sont récurrentes et combien sont linéaires. **L'essentiel est que vous souhaitiez "équilibrer votre portefeuille" afin de pouvoir percevoir des revenus même si, pour une raison ou une autre, vous n'êtes pas en mesure de travailler.** En particulier en tant que propriétaire d'une petite entreprise, cela peut être essentiel à votre survie.

Même l'un de vos gros chèques mensuels, placé sur un compte de dépôt fixe, vous procurera un revenu récurrent - les intérêts courus.

À votre avis, combien de temps faudra-t-il à Bill Gates, l'homme le plus riche du monde, pour gagner son premier milliard si tous ses comptes bancaires étaient actuellement gelés et confisqués ?

C'est le pouvoir des revenus récurrents !

**GAGNER DE L'ARGENT AUGMENTEZ VOTRE TRAFIC
ET AMÉLIOREZ VOTRE BUSINESS STRATÉGIQUEMENT**

**Tous pour ce former et gagner de l'argent sur internet SANS
CE CASSER LA TÊTE**

E-books gratuits «Avec droit de revente INCLUS» astuces et formations de marketing d'affiliation

GAGNER DE L'ARGENT

Affiliation numéro° 1 en France

www.gagner-sur-internet.com/redirect/systeme.io.php

Les Reines de l' affiliation

www.gagner-sur-internet.com/redirect/lesreindelaffiliation.php

Gagner de l' argent en automatique

www.gagner-sur-internet.com/redirect/logiciel-IDM.php

Gagner de l'argent avec le Challenge pecunia

www.gagner-sur-internet.com/redirect/challenge-pecunia.php

BEST SELLER - Profit-Hacking

www.gagner-sur-internet.com/redirect/Profit-Hacking.php

Activez votre Robot à Profits et gagnez jusqu' à 2327 € par mois

www.gagner-sur-internet.com/redirect/robot-a-profits-automatique.php

[Make Money□] SATOSHI le Retour de l' offre BUZZ

www.gagner-sur-internet.com/redirect/faille-Satoshi.php

Le Système 7 Minutes est un système clé en main pour générer des commissions d' affiliation en 7 minutes par jour.

www.gagner-sur-internet.com/redirect/systeme-7-minutes.php

Le Guichet Automatique Privé

www.gagner-sur-internet.com/redirect/le-guichet-automatique-prive.php

Le Système Des 4 Boites Secrètes

www.gagner-sur-internet.com/redirect/systeme-des-boites-secretes.php

Votre propre boutique en lignes

Dropizi (15 Jours gratuits): Solution 100% Française pour le Dropshipping

WiziShop Solution E-commerce (15 Jours gratuits) : Créez votre boutique en ligne

Votre boutique de produits numérique avec ou sans droit de revente

PLUS DE TRAFIC WEB

Pack Ultime de la Prospection Facebook
Jusqu' à 100 Prospects Qualifiés Par Jour, Sans Pub...
www.gagner-sur-internet.com/prospection-facebook.php

Logiciel d' aide au Référencement
www.gagner-sur-internet.com/redirect/longtailpro.php

Le Gagnant – Réseau d'échange gratuit de visiteurs
www.gagner-sur-internet.com/redirect/legagnant.php

S' organiser

Maîtriser les meilleurs outils pour être plus efficace et gagner en rapidité – Mieux s'organiser pour être productif // Formation sur l'organisation (vente directe□) Maîtriser les meilleurs outils pour être plus efficace et gagner en rapidité
www.gagner-sur-internet.com/redirect/comment-creeer-systeme-sur-mesure-pour-s-organiser.php

TEMPLATES – OUTILS - HEBERGEMENT

HostPro: Système d'hébergement Cloud illimité à vie sans abonnement

www.gagner-sur-internet.com/redirect/systeme-d-hebergement-cloud.php

Votre nom de domaine + hébergement + création de sites + ... Avec plus de

180 modèles de Sites déjà enregistrés à un **Prix Ridicule** ! Profitez de Mon

Code Promo : **CD45** ⇒ <https://cutt.ly/rUTcJo2>

SIO TEMPLATES est un espace privé regroupant le plus grand nombre de templates pour Systeme IO

www.gagner-sur-internet.com/redirect/sio-templates.php

Spiritualité – Abondance - Make Money

Secret Terra Nova BESTSELLER

ATTENTION : L'ancien monde s'écroule, ceux qui n'élèvent pas leur fréquence RAPIDEMENT vont subir des troubles importants dans les prochains jours...

www.gagner-sur-internet.com/redirect/secret-terra-nova.php

Manifestation Ek Chuah (Abondance d'Argent)

La Science A Toujours Un Temps De Retard...

www.gagner-sur-internet.com/redirect/manifestation-ek-chuah.php

Attraction Shamanique – Et si le pouvoir d'une tradition oubliée pouvait transformer votre vie quand notre monde s'effondre ?

www.gagner-sur-internet.com/redirect/attraction-shamanique.php

Algorithme redistributeur d'impôt

www.gagner-sur-internet.com/redirect/algorithme-redistributeur-d-impot.php

E-books gratuits «Avec droit de revente INCLUS» astuces et formations de marketing d' affiliation

www.gagner-sur-internet.com