

LES PRÉ-LANÇEMENTS

ON S'ARRACHERA VOTRE PRODUIT !

Bizness  Machine

Sommaire

Introduction.....	3
PARTIE 1 Un Pré-lancement Réussi	5
Explication du pré-lancement.....	6
Une bonne organisation = un pré-lancement réussi.....	9
Créer vos pages	17
Créer un blog.....	23
Partie 2 L'avant Lancement.....	27
Un élément clé : les partenaires	28
Vos affiliés : Incitez-les à créer le buzz	39
Les vérifications	44
Partie 3 lancement officiel.....	47
Le jour du lancement	48
Les jours suivants	50
Et après ?	52
Conclusion	57

Introduction

Lorsque j'ai débuté sur Internet, mes connaissances en marketing n'étaient pas encore très développées (*comme pratiquement toutes les personnes qui se lancent en fin de compte*).

Par conséquent, pour la sortie de mon premier ebook, j'ai fait comme tous les marketers francophones (*à quelques exceptions près*), je me suis contenté de mettre en ligne mon produit ainsi que la page de vente et j'ai commencé à réaliser la promotion.

Et puis un jour, je suis tombé sur une image qui m'a fait réfléchir sur la manière dont je lançais mes produits.

J'ai réussi à la retrouver et vous allez comprendre pourquoi il est temps d'utiliser la méthode de **pré-lancement**.



Source : <http://the7figurecode.com/thejoblog/?p=22>

Ce graphique représente les ventes réalisées pendant la première semaine de lancement du produit « *The 7 figure code* » de Mike Filsaime.

Si je me souviens bien, le prix de départ était fixé à 497 \$, cela signifie qu'en une seule semaine Mike Filsaime a gagné plus d'un million de dollars (2 534 X 497\$ = 1 259 398 \$).

Comme il a pu l'expliquer dans une interview, cet incroyable résultat n'a été possible que grâce au pré-lancement qu'il a mis en place 12 jours avant la sortie officielle de son produit.

Est-ce que vous pourrez générer quelques milliers d'euros avec votre prochain produit ? Pourquoi pas, s'il est de qualité !

En tout cas, grâce aux techniques que vous allez découvrir dans quelques instants, vous pourrez créer le prochain Buzz de votre niche et qui sait peut-être que votre produit, si vous l'avez bien préparé, s'arrachera à plusieurs centaines ou plusieurs milliers d'exemplaires.

Commençons dès maintenant !

PARTIE 1

Un Pré-lancement Réussi

Explication du pré-lancement

Même si cette technique est encore nouvelle pour vous, le principe est simple à comprendre.

Je vais vous donner un aperçu des différents éléments qui composent un pré-lancement (réussi) :

- Mise en place d'une squeeze page pour vous constituer une liste de clients potentiels.
- Mise en place de différents partenariats avec des personnes influentes de votre marché.

Ce sont les deux éléments principaux qui vous permettront de réussir le lancement de votre produit.

Bien entendu, la mise en place d'un pré-lancement, sous-entend que vous avez préparé un bon produit, qui s'adresse de préférence à un marché ou sur un secteur en forte demande voire un marché très concurrentiel, si vous avez un produit exceptionnel, de très haute qualité.

Pour faire simple, le pré-lancement permet de **créer un buzz sur votre marché, avant que votre produit soit disponible à la vente.**

Si l'on devait le comparer à la méthode « classique », la propagande ou le buzz ne démarre qu'à la mise en ligne finale de votre produit.

Pourquoi devez-vous utiliser cette méthode de pré-lancement ?

Lorsque l'on met en place un pré-lancement, on dit à nos clients potentiels :

« Je vais bientôt lancer mon nouveau produit et vous devez être prêt pour sa sortie officielle qui a lieu dans X jours »

Le but est d'éveiller la curiosité de vos clients potentiels, je dirai même qu'il s'agit d'éveiller en eux une certaine forme d'excitation.

Ainsi, lors du lancement de votre produit, ils auront eu le temps de préparer le terrain et de relayer le pré-lancement de votre produit.

Pour les garder en « haleine », il faut leur donner différentes informations tout au long du pré-lancement, qui les aideront à propager l'information. Mais attention à ne pas tout révéler, semez de petites informations pertinentes, mais pas trop révélatrices.

Le grand intérêt du pré-lancement est de vous permettre de vendre votre produit en quantité et en un laps de temps très court.

Sans cette méthode, vous vendrez quelques produits, mais sur une séquence bien plus longue et bien plus coûteuse.

Revoyons la mise en ligne classique d'un produit :

- Création du produit
- Création des différentes pages HTML
- Mise en ligne
- Recherche de partenaires et d'affiliés
- Publicité ou promotion
- Puis promotion et encore promotion...

Dans ce schéma, nous savons que le produit va s'essouffler au bout d'un certain temps et que les ventes seront aléatoires, quelque temps après.

Un bon pré-lancement va vous permettre de :

- **Générer un pic de vente dès les premiers jours.**
- **Gagner beaucoup d'argent très rapidement.** Ce n'est que le résultat du buzz réalisé avant le lancement. Toutes les personnes sur votre marché sont au courant que votre produit sort dans X jours et si vous avez bien fait votre travail (réussir à les tenir en haleine jusqu'à la date fatidique) elles achèteront votre produit dès le premier jour, surtout si votre offre est limitée.
- **Améliorer votre crédibilité.** Lorsque les différents experts de votre marché recommandent votre produit, automatiquement vos clients potentiels vous considèrent comme un expert.
- **Rencontrer les experts de votre marché.** Pour réussir votre pré-lancement, il faudra contacter les experts de votre marché pour, d'une part créer une bonne relation et d'autre part demander qu'ils réalisent la promotion de votre produit. Cela vous permettra par la suite, de mettre en place des projets en commun qui vous étaient inaccessibles jusqu'à lors.

Pour le prochain sujet, nous allons nous intéresser à une étape cruciale pour la réussite du lancement de votre prochain produit : **une organisation « en béton »**.

Pour connaître les détails de cette étape, nous vous invitons à vous procurer la version complète de ce Guide !