



Quitter la RAT RACE...pour la Fast Track !

Salut à toi !

Si tu lis ces lignes, je pense que nous partageons au moins un point commun : nous voulons tous les deux quitter la RAT RACE. N'est-ce pas ? Je me permets donc de te tutoyer, si tu n'y vois pas d'inconvénients !

Pour quitter la *rat race*, cette routine « *méto-boulot-dodo* » en devenant indépendant économiquement et puis financièrement, il y a quatre piliers à suivre. Pour chacun de ces piliers, il faut du temps, de la curiosité et de la patience afin de les assimiler et de faire les choses correctement. Mais attention, mon but n'est pas de te vendre du rêve avec une méthode miracle qui fonctionne du jour au lendemain ! Ceux qui te font croire ça t'induisent en erreur, car on n'a le choix que de bosser, d'apprendre et de continuer à apprendre.

Alors, quels sont les quatre piliers de l'indépendance économique ? Et surtout, peut-on se concentrer uniquement sur un seul d'entre eux ?

Dans les paragraphes suivants, je t'explique mon point de vue par rapport à ces piliers, que j'ai moi-même essayés. Je relate objectivement ce que j'en pense sans faire référence à mon ressenti. Il faut savoir que pour considérer objectivement un pilier comme rentable, il doit être une source de revenus passive et régulière (ces deux caractères sont importants) d'au moins 25 % de ses revenus salariaux classiques.

Exemple : je gagne 1500€/mois et j'ai des actions en bourse qui me rapportent 300€/mois, régulièrement. Dans ces conditions, je considère le pilier bourse comme rentable pour sortir de la *rat race*. Si je gagne moins de 300€/mois par le biais de ce pilier, alors je dois compter sur les autres piliers pour compléter mes revenus passifs et ainsi sortir de la *rat race*.

On peut donc définir la rentabilité d'un pilier comme suit : c'est le fait que le pilier génère plus de 25 % de ses revenus salariaux, en revenus passifs et réguliers.

## **Le Pilier de la Bourse**

Le pilier de la bourse est sans doute le plus rentable de tous les piliers, à condition de bien se former. En effet, la bourse n'est pas toujours évidente à comprendre. Néanmoins, si on se forme beaucoup, la rentabilité de la bourse peut devenir très élevée. Je la vois comme un investissement sur le long terme : je continue à me former et j'investis dans une assurance vie qui me rapporte de 15 à 20 % par an, et qui me permettra de compter sur moi-même au moment de la retraite.

Ma stratégie s'étend donc sur la durée et pour l'instant, je considère que la bourse n'est pas rentable pour moi car la barrière de la formation qui permet de contrer les fluctuations et la volatilité des marchés est très élevée.

## **Le Pilier de l'immobilier**

Le pilier de l'immobilier est d'une faible rentabilité mais d'une très grande solidité. En effet, il est le plus simple à comprendre et le plus régulier à mettre en place.

Cependant, sa rentabilité reste relativement faible mais compensée par le montant élevé de l'investissement. Que ce soit dans le locatif ou l'achat-revente, l'immobilier est le pilier de base, accessible, fiable et facile à gérer pour tout investisseur averti.

Son succès vient simplement du fait qu'il réponde à l'un des plus grands besoins de l'homme : s'héberger !

## **Le Pilier business**

Développer un business physique est le rêve et l'accomplissement de tout investisseur qui aspire à devenir indépendant financièrement. Mais il faut bien faire la différence entre un travail indépendant et un business. L'artisan ou le commerçant qui travaille à son compte reste salarié (de lui-même) et troque encore de l'argent contre son temps.

L'indépendance économique n'implique pas forcément une indépendance financière bien que l'inverse soit vrai. La notion de business est donc une activité de vente de produits physiques (services ou objets) qui ne dépend pas de ta présence. Que tu sois sous la douche, dans une forêt tropicale, ou dans les toilettes, ton business tourne tout seul, sans toi, et rapporte.

L'important est de créer ses propres marque et produit, et ensuite de choisir une zone de clientèle ou de chalandise attirante.

La rentabilité d'un business physique se situe entre celle de l'immobilier et celle de la bourse. Tu seras plus facilement formé à ce pilier comparé à celui de la bourse, mais le seuil de formation nécessaire à sa réussite restera plus élevé que pour le pilier immobilier.

Il est également intéressant de constater qu'un business a le meilleur taux de conversion. Cette notion signifie que pour un client qui visite ta boutique, il y a quasiment tout le temps un passage à la caisse. Le taux de conversion est donc proche de 100 %. Ceci s'explique simplement par le fait que tes clients touchent le produit, le voient directement et l'évaluent donc de manière tactile et visuelle.

## Le Pilier Internet

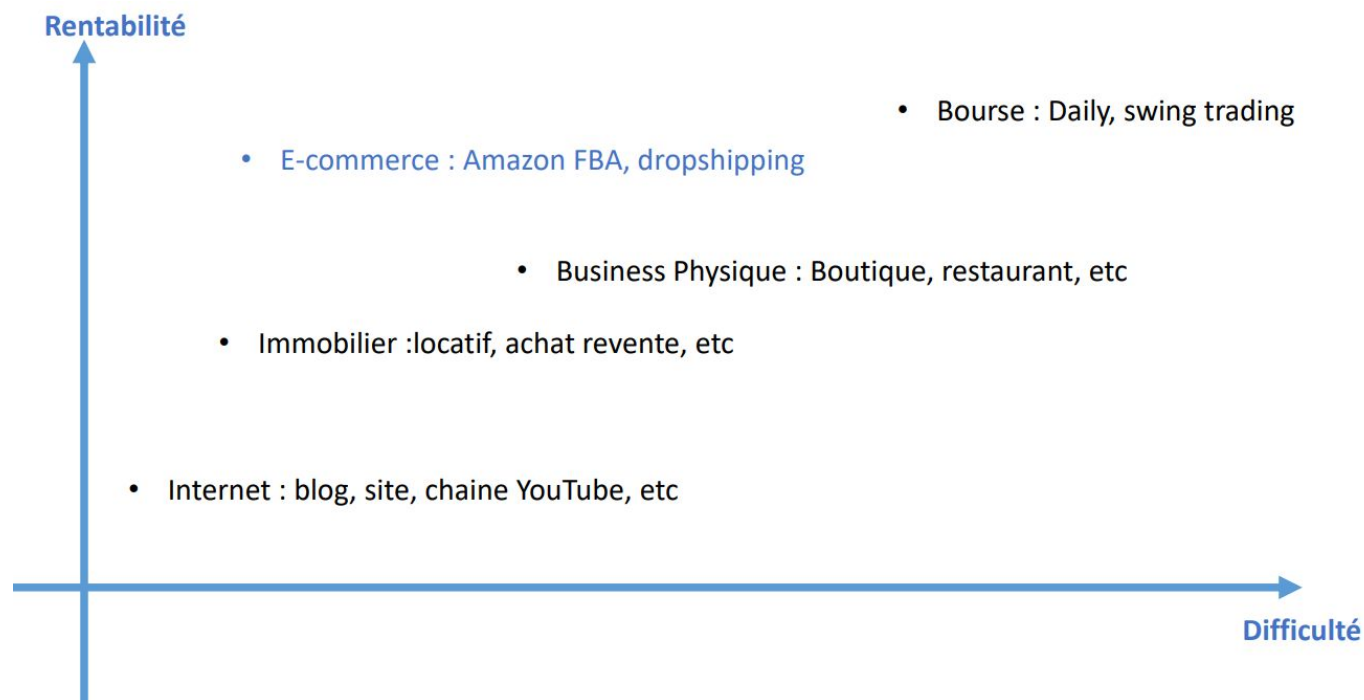
Ce ne sera pas une surprise pour toi si je te dis qu'aujourd'hui, tout se passe sur internet. Par conséquent, que veut dire s'enrichir en se servant d'internet ? Cela signifie simplement partager sa passion à travers un site, écrire des articles, faire des liens en affiliation, en back links.

Si tu réponds à un besoin spécifique et réel, ce pilier est d'une rentabilité élevée sans pour autant nécessiter beaucoup de moyens ou de formation. En effet, le pilier internet permet de viser la plus large clientèle possible pour satisfaire ses besoins et résoudre ses problèmes. Il faut donc être capable d'apporter une valeur et une réelle solution à ce véritable problème, sinon on accumule des visites avec un taux de conversion proche de zéro.

Il est intéressant de remarquer que le taux de conversion d'un site internet qui ne propose que des services virtuels est très faible. Cependant, il est compensé par le nombre très élevé de visites que l'on n'aurait peut-être pas eues par exemple dans un business physique. La faiblesse de ce taux de conversion, et je parle d'une moyenne et non de quelques cas particuliers, vient tout simplement de l'inverse d'un produit physique d'un business. Les clients achètent un produit virtuel, non physique, qui apporte une valeur morale et donc peu palpable.

### Résumé

A présent je te propose de résumer toutes les caractéristiques de ces 4 piliers dans un joli schéma, c'est plus simple !



En analysant ce schéma, il devient très clair que la meilleure stratégie à adopter est la suivante : Comparé au pilier de la bourse dont le niveau de formation est exigeant, le pilier internet bénéficie d'une rentabilité faible pour une faible nécessité de formation. Si on arrive à coupler cela avec la caractéristique du taux de conversion élevé d'un business physique, on peut dès lors palier à la faible rentabilité du pilier internet.

En d'autres termes, si je mixe la vente de produits physiques et internet, j'obtiens le meilleur pilier qui puisse exister. Par conséquent, monter un business physique sur internet ou bien vendre des produits physiques sur internet est le meilleur pilier d'enrichissement.

Il ne s'agit pas de te convaincre que ce nouveau pilier est le meilleur, car je pense que si tu es ici, c'est que tu en es déjà convaincu. J'aimerais néanmoins te dire que tu es sur une très bonne voie et qu'il est essentiel de continuer et de persévérer.

## **Vendre des produits physiques sur Amazon**

Je pourrais poursuivre le raisonnement en me posant cette question :

Comment rendre ce business physique passif, rentable et le plus rapidement possible, sur internet ?

Et la réponse est de profiter d'une Marketplace!

Les Marketplace comme ebay, shopify ou encore Amazon, permettent aux vendeurs d'entrer sur le marché le plus rapidement possible sans devoir créer un site internet ou se former au webmarketing puisqu'ils fournissent déjà ces deux aspects. Ensuite, le côté passif est simple à mettre en place car il suffit de créer une page de produit (de manière simplifiée) et de renvoyer le stock dans leurs entrepôts.

J'aurais pu faire un tableau pour comparer les différents Marketplace mais je vais tricher un peu : tu es certainement d'accord avec moi pour dire que Amazon est la plus grande Marketplace d'internet (je tiens à préciser que je n'ai aucune action chez eux.) Je vais donc assumer que notre Marketplace privilégiée est Amazon, mais sache que la méthode est toujours valable si tu en choisis une autre.

Alors pourquoi Amazon ? Simplement parce qu'il est le leader des Marketplaces et ses chiffres sont juste astronomiques ! Rien qu'en France, Amazon attire plus de 15 millions de visiteurs par mois ! En Allemagne, c'est deux fois plus et sur toute l'Europe, on compte près de 60 millions de visiteurs par mois ! En fait, si tu te places sur Amazon.fr, tu seras en Europe et tu viseras ces 60 millions de visiteurs mensuels. Le chiffre d'affaire de 2015 a progressé de 26 % et fait désormais plus de 107 milliards de dollars ! De quoi représenter 4 % du PIB de la France et qui équivaut à lui seul à la moitié du PIB d'un pays comme l'Irlande ou la Finlande !

Concrètement, si je m'amuse à considérer Amazon comme un petit pays et que je le place dans le tableau du classement mondial par PIB, il représenterait un pays classé n° 59 sur 200, juste au-dessus du Maroc :

Sécurisé | [https://fr.wikipedia.org/wiki/Liste\\_des\\_pays\\_par\\_PIB\\_nominal](https://fr.wikipedia.org/wiki/Liste_des_pays_par_PIB_nominal)

46	 Portugal	199,077
47	 Grèce	195,320
48	 Pérou	192,141
49	 Viêt Nam	191,454
50	 Qatar	185,395
51	 République tchèque	181,858
52	 Roumanie	177,315
53	 Kazakhstan	173,212
53	 Nouvelle-Zélande	173,248
56	 Irak	169,460
57	 Koweït	120,682
58	 Hongrie	120,636
59	<b>Amazon</b>	<b>107,000</b>
59	 Maroc	103,142
60	 Angola	102,979
	 Porto Rico	101,570

Revenons donc aux choses sérieuses.

La prochaine question est : **quel produit vendre sur Amazon.fr ?**

Tu peux noter que je ne vise qu'un seul produit, et que j'ai choisi de parler de Amazon.fr parce que c'est la Marketplace de base pour les francophones. De toute façon, tu pourrais viser toute l'Europe sur cette Marketplace. On se concentre donc sur un seul produit présent sur une seule Marketplace afin de ne pas disperser nos efforts.

Quel produit vendre sur Amazon.fr ? Critères de sélection du produit

Dans ce paragraphe, je me contente de résumer ce que je détaille de manière plus poussée dans les vidéos de ma chaîne YouTube.

L'étape la plus importante quand on monte son business sur Amazon est de bien choisir un produit qui se vend. Depuis un peu plus d'un an, je n'ai mis sur Amazon que trois produits, qui me rapportent chacun 1000€/mois. Cela veut dire qu'avec un seul produit, je peux couvrir  $\frac{1}{3}$  de mon salaire et que 3 produits suffisent pour sortir de la *rat race*.

Alors ce n'est pas tout à fait vrai, car on ne sort pas de la *rat race* sans faire grossir son business et s'assurer qu'il tourne tout seul. Cela prend un peu plus de temps. Les revenus générés par ces 3

produits sont réinjectés pour améliorer le business, faire plus de marketing, ramener plus de stock, créer un site internet pour capter la clientèle et leur proposer un prochain produit. Tu l'as compris, il faut créer une marque et faire évoluer son business avant d'en profiter complètement.

Cet état d'esprit est très important, dans la mesure où ta compréhension de l'argent est davantage orientée vers la création d'une valeur supplémentaire sans pour autant en vivre tout de suite. L'étape de parvenir à en vivre complètement survient quand on crée suffisamment de valeur pour faire tourner le business tout seul de façon pérenne.

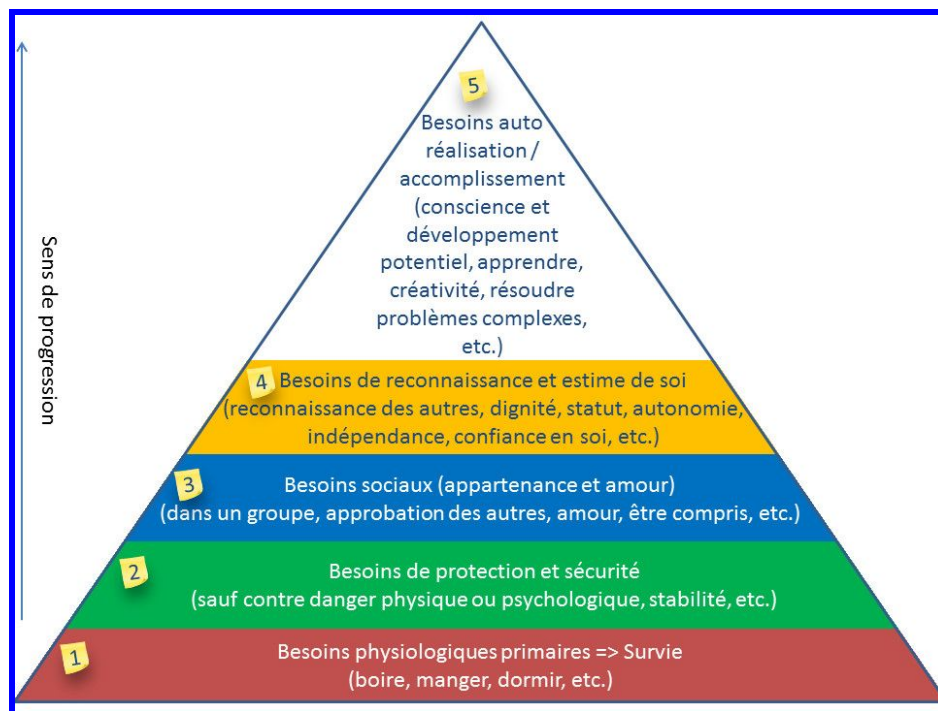
Rappelons donc les critères d'un produit qui se vend bien sur Amazon.

Ils sont au nombre de 5 et si on manie les choses correctement, le produit se vendra tout seul. Cela fonctionne à chaque fois !

## Critère 1 : le besoin

Le besoin est le critère le plus important par rapport au produit que tu vas vendre. Cela veut dire que le client aura besoin de ton produit, qu'il l'a désespérément cherché dans les commerces près de chez lui sans succès. Pour cerner le besoin humain, il y a plusieurs méthodes d'analyses. Parmi les meilleures, celle que j'utilise toujours est la pyramide de MASLOW. Elle permet de savoir si un besoin est plus important qu'un autre et de se faire une idée sur la masse de la clientèle potentielle qu'on vise.

Jetons un coup d'œil sur cette pyramide :



Que veut concrètement dire cette pyramide ?

Dans une pyramide, plus on grimpe vers le sommet, moins il y aura d'espace autour de soi. Ici, l'espace est traduit par le nombre de personnes. Plus on monte dans les besoins, moins il y a de personnes qui cherchent à satisfaire ce besoin. Cela veut dire que pour la santé de ton business, il vaut mieux se placer sur un besoin en bas de la pyramide (besoins basiques et physiologiques) plutôt qu'en haut de la pyramide (besoins d'accomplissement et de réalisation). On vise naturellement une plus grande base de clients à satisfaire !

Cette pyramide est pleine d'informations. Supposons que tu aies trouvé un produit qui satisfasse un besoin client spécifique si situant plutôt en bas de la pyramide. L'idée est de mettre ce besoin dans une catégorie spécifique parmi les suivantes : besoins physiologiques, besoins de sécurité, besoins sociaux, besoins de reconnaissance et besoins de réalisation. Ensuite, d'exprimer clairement en une phrase ou deux maximum le besoin de ce produit.

Pour donner un exemple : le besoin d'une caméra de surveillance est un besoin trivial de sécurité. Il se place en bas de la pyramide, en deuxième catégorie et le nombre de clients potentiels est élevé. Le besoin s'exprime comme suit : "la caméra de surveillance permet de se protéger des intrusions et de se sentir plus en sécurité chez soi". Ce produit dont le besoin est ainsi exprimé n'aura aucun mal à se vendre naturellement et en grande quantité !

Si le besoin de ton produit ne ressort pas instantanément et demande une réflexion plus approfondie, alors il faut absolument éviter de vendre ce produit.

Enfin, il convient de s'assurer que le produit n'existe pas dans le commerce du coin. Effectivement, pourquoi le client viendrait-il le chercher sur ta page alors qu'il se trouve à côté de chez lui ? Souviens-toi que le client préfère toucher et voir le produit avant de l'acheter. A moins que ton produit soit original et moins cher, le client ira le prendre près de chez lui. Dans l'exemple de la caméra de surveillance, il peut même bénéficier d'une installation, contrairement au même achat sur Amazon.

## **Critère 2 : la différenciation**

Se différencier ou se démarquer, ça veut dire deux choses.

D'une part, ça signifie que l'on ne va pas réinventer la roue. On va trouver sur Amazon un produit qui se vend bien et on va vendre le même.

D'autre part, ça implique de se décaler légèrement du concurrent en améliorant son produit. Il faut alors suivre deux axes d'amélioration. Le premier est d'optimiser le produit lui-même en palliant à un défaut, en ajoutant une fonctionnalité utile, en trouvant un fournisseur qui propose une mise à jour ou une nouvelle version du produit. Le deuxième est d'améliorer la page du produit comme le titre, la description, les photos, et ainsi de suite. Nous allons donc marchander un produit presque nouveau, tout en sachant qu'il se vendra comme l'ancien produit en place qui a déjà fait ses preuves. Je pense que tu as saisi l'idée, j'en parle aussi plus succinctement dans ma deuxième vidéo YouTube concernant la différenciation.

L'objectif de la différenciation est d'avoir la main à 100 % sur la "BuyBox" d'Amazon, que les vendeurs s'arrachent entre eux. Cela veut dire que pour chaque visite sur ta page, le client se voit offrir le bouton "Ajouter au panier" et ton taux de conversion sera beaucoup plus élevé. En effet, Amazon tente de regrouper les mêmes offres sur une seule page, et certains vendeurs se retrouvent obligés de partager leur boîte d'achat avec les autres. C'est navrant quand on veut monter son business et sortir d'une *rat race* !

### Critère 3 : les passions

Enfin un critère qui fait plaisir !

Si on souhaite monter son business, autant le faire dans son domaine d'intérêt et avoir le plaisir à vendre le produit, à maîtriser son sujet, et à ne pas sentir qu'on est en train de travailler.

Mais je préfère te dire la vérité : il vaut mieux se mettre sur un produit qui se vend, quitte à ce que ça sorte un peu de tes passions, plutôt que de s'obstiner à vendre un produit qui te fait plaisir mais qui ne répond pas aux deux critères précédents. En effet, ce qui te plait personnellement ne va pas forcément plaire à tes futurs clients. C'est pourquoi le critère des passions ne vient qu'en troisième position. Mais ne t'inquiète pas, il y a tellement de centres d'intérêts que tu trouveras certainement ton bonheur, que ce soit en première, deuxième ou troisième place de tes passions. Ce que je fais aussi, c'est exprimer la tendance de ma catégorie chaque semaine. Je fais le tour des sites de tendances et de nouveautés "high-tech" et j'expose en une phrase ou deux la tendance du moment. Je m'inspire également de mon entourage, des discussions entre amis et de la famille pour avoir une idée sur le courant général du moment.

J'ai voulu rajouter en plus 4 caractéristiques intrinsèques pour ton futur produit que je résume dans ce tableau et je te développe pourquoi c'est important :

	<i>8Ja Ybg]c bg`Yhd c]Xg`</i>	<i>8 Uh`X`E`b`f`f`Y` gi f`U` a Uf`Yrd`UMW`</i>	<i>Df]l ``</i>	<i>Wt`a d`Yl ]lf`</i>
<i>JUyi f`</i>	< quelques 100 grammes Le plus petit possible	Moins de 3 mois	Entre 20 et 50 Euros	Pas plus de 3 fonctions



<p><b>FUjgcb'</b></p>	<p>Plus le produit est lourd :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• plus les frais expédié par Amazon sont élevés</li> <li>• Plus les frais de livraison du transporteur sont élevés</li> </ul> <p>Plus le produit est volumineux :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plus les frais expédié par Amazon sont élevés</li> <li>• Plus les frais de transports sont élevés</li> <li>• Plus les frais de stockage à long terme sont élevés (12 Euros/m3/Mois)</li> </ul>	<p>Les nouveaux produits sont recherchés Un produit qui se vend bien et qui a moins de 3 mois est un gage de réussite et de différenciation (rejoint le deuxième critère)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 20 Euros est le minimum pour pouvoir dégager une marge</li> <li>• 50 Euros est le maximum car le produit aura un prix unitaire élevé et la constitution d'un grand stock sera difficile</li> </ul>	<p>Chaque fonction du produit peut être une source de panne. Moins de fonctions signifie moins de risque de panne et le produit est fiable.</p>
-----------------------	---	---	---	---

Maintenant, c'est à toi de surfer sur Amazon pour repérer des produits qui te passionnent mais en n'oubliant pas ces caractéristiques importantes pendant ton exploration. Tu verras donc que ton périmètre de recherche s'est considérablement réduit et que tu n'es plus perdu au milieu de ces millions de produits, à ne plus savoir quoi vendre. Arrivé à cette étape, tout devient de plus en plus précis et le portrait de ton futur produit qui va cartonner se dessine enfin !

Plus que quelques étapes qui te permettront d'étudier la concurrence ainsi que de poser ton modèle économique, et te voilà prêt à proposer ton produit sur Amazon !

### **Critère 4 : la concurrence**

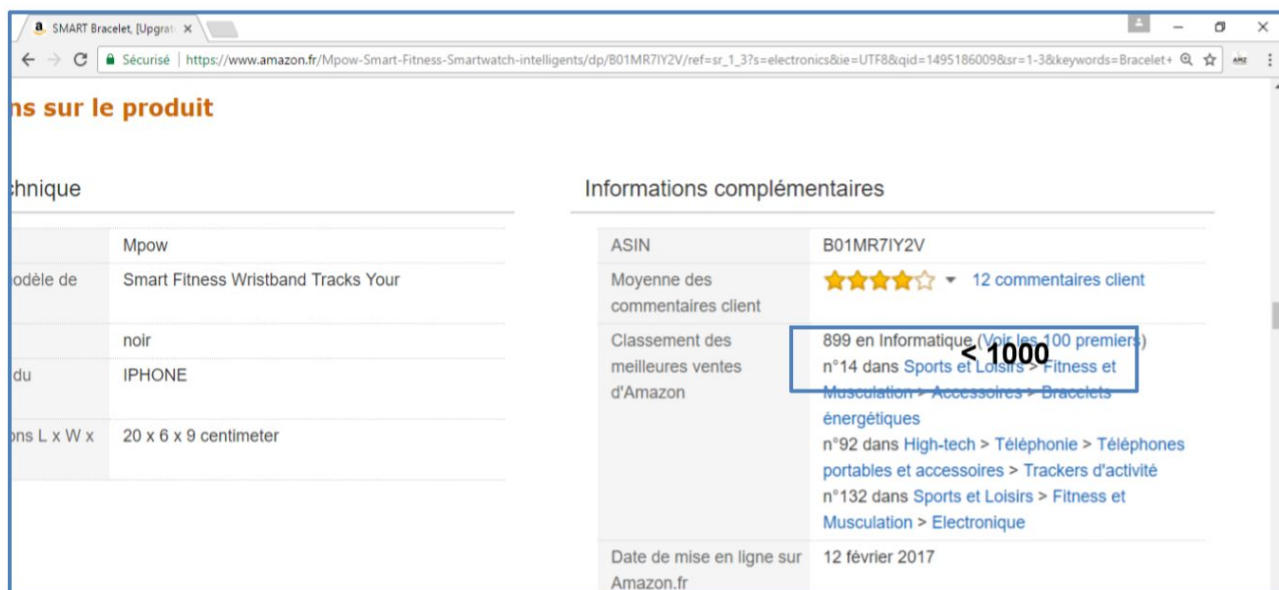
Ce critère est très important. L'idée est de se positionner sur une niche où il y a une concurrence suffisante, mais pas élevée. L'objectif est de discerner une concurrence saine caractérisée par un ou quelques leaders, suivis d'un ou quelques challengers. Il va de soi qu'un produit avec très peu de concurrence, voire pas du tout, est un produit qui ne se vendra pas très bien. Avoir de la concurrence est donc nécessaire, mais celle-ci doit être modérée afin qu'il n'y ait pas une sorte de "gourou" du marché qui éclipse tous les autres.

C'est important de noter que la concurrence s'étudie toujours sur un seul mot clé, pour la simple raison que Amazon est un moteur de recherche comme Google. A ce stade, supposons que tu aies passé les

précédents critères et que tu aies trouvé un produit qui soit désigné par un mot clé spécifique. D’abord, ce mot clé ne doit pas regrouper plus de 1000 produits (figure suivante) dans le compteur d’Amazon :



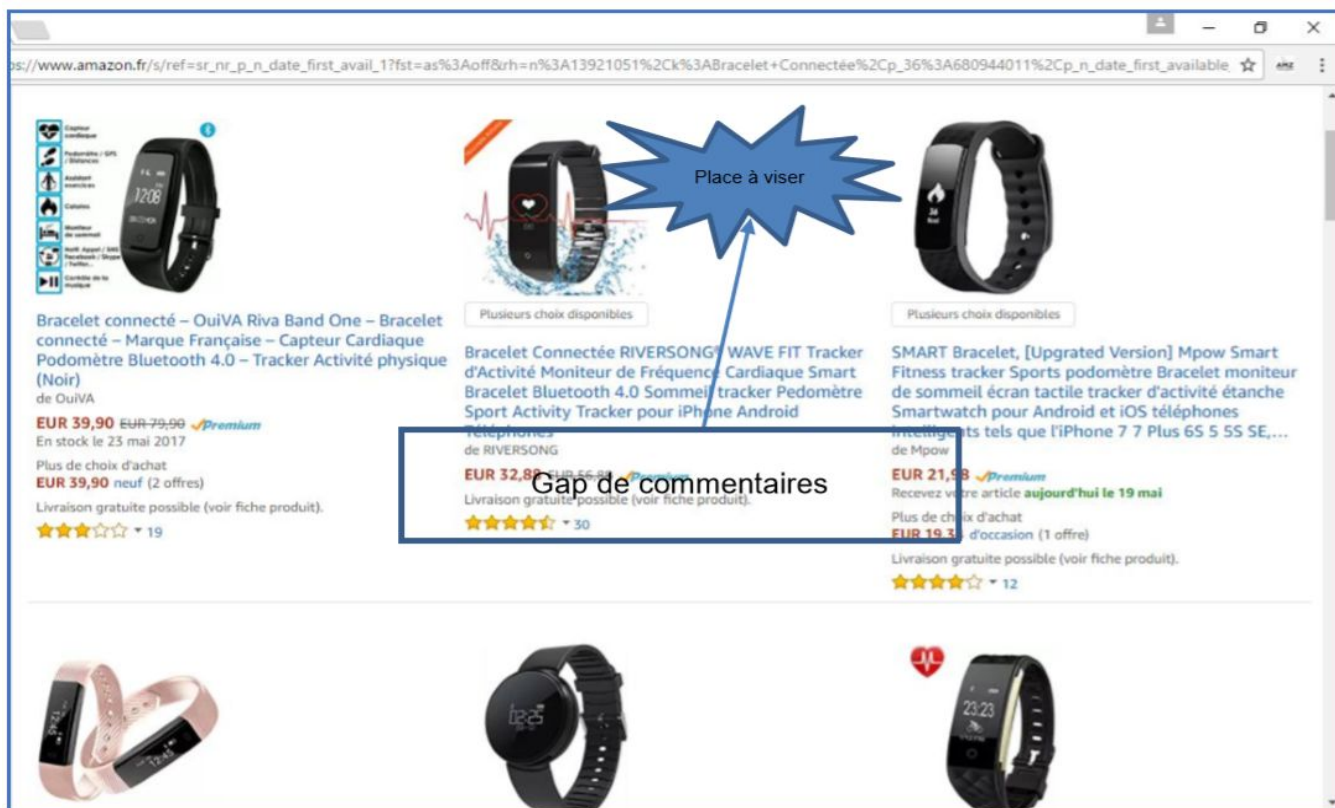
Ensuite, il faut repérer le rang du produit par rapport à ce mot clé. Le rang à viser dans une catégorie est inférieur à 1000. Vérifie aussi la date d’entrée sur la Marketplace, qui doit être inférieure à 3 mois. Attention tout de même, le même rang dans deux catégories différentes ne signifie pas le même nombre de ventes par jour. La catégorie high-tech par exemple, enregistre des meilleures ventes que la catégorie luminaire et éclairages ou cuisine et maison, et le même rang dans ces deux catégories ne signifie pas le même taux de vente. En général, viser un rang inférieur à 1000 assure plus que quelques ventes par jour et ce quelle que soit la catégorie de ta passion. Vise donc un produit qui a au maximum ce rang dans sa catégorie (et pas une sous-catégorie.)



La dernière étape de l’analyse de concurrence est ce que j’appelle “flairer une opportunité”. Il s’agit de trouver un produit dont le leader et le challenger sont séparés de quelques commentaires. Cela signifie qu’il y a une place à prendre. Comme le montre la figure suivante, il y a un “GAP” entre le deuxième produit (30 commentaires) et le troisième (12 commentaires). Cela veut dire que ce dernier ne s’occupe

pas aussi bien de vendre son produit que le deuxième. Il y a donc un moyen de prendre sa place et de devenir second ou même n°1 des ventes.

Je conseille donc de repérer ces gaps en haut du classement et surtout d'éviter le nombre de commentaires répétitifs de quelques centaines d'avis. Cela veut dire qu'il y a trop de concurrence. Vise donc moins de 100 commentaires avec ce fameux gap bien visible entre les concurrents.



## Critère 5 : le modèle économique, business plan

Robert Kiyosaki, auteur du célèbre livre « père riche, père pauvre » a écrit dans l'un de ses livres une phrase gravée dans mon esprit : « Si une affaire ne te réussit pas, revois une de ces choses : le concept ou le calcul. »

On vient de voir les concepts, surtout concernant l'argent et les critères d'un produit. Maintenant, place aux calculs. Car une affaire qui marche bien, se calcule bien.

Certains vendeurs Amazon se sont lancés les yeux fermés sans efficacement calculer à l'avance leurs recettes et leurs charges.

Quelles sont donc les composantes de ce modèle économique ?

Un modèle économique, ou business plan, se compose de recettes et de charges. Un bon vendeur optimise ses recettes et réduit ses charges. On peut facilement connaître les recettes d'un produit. Il suffit de fixer son prix de vente unitaire et le multiplier par le nombre d'articles qu'on propose. En revanche, ce qui demande un peu plus de calcul, ce sont les charges. Alors, à quelles charges s'attendre pour vendre un produit sur Amazon ?

Il y a trois types de charges :

Avant la vente, elles comprennent les frais d'achat du stock chez le fournisseur, les frais de transport par voie aérienne ou maritime, les frais de douane et la TVA. Ils forment ce qu'on appelle un fond de roulement, c'est à dire la somme à avancer au préalable.

Pendant la vente, elles constituent tout ce qui rentre dans les frais. On compte alors les frais d'expédition et d'emballage, ainsi que les frais de stockage si on stocke le produit dans les entrepôts d'Amazon.

Après la vente, elles engloberont tout ce qui concerne les charges sociales et les impôts.

Je ne vais pas discuter pour l'instant de la manière dont on pourrait réduire ces charges, mais je vais donner un calcul de leur poids respectif sur un business Amazon.

**@g'ZUjg'XY'Xci UbY.'**

Le prix d'achat unitaire dépend de la quantité minimale (MOQ= Minimum Order Quantity) que demande le fournisseur. En général, plus le MOQ est élevé, plus le prix unitaire est bas. Mais on peut toujours les négocier. Après l'analyse de la concurrence, tu auras une idée précise du prix de vente. Je conseille que le prix d'achat unitaire n'en représente pas plus de 30 %. En effet, les 70 % restants vont comporter les autres charges (pas plus de 40%) et ta marge qui sera de 30 %.

**@g'ZUjg'XY'Xci UbY.'**

Cela dépend évidemment du mode de transport. Si tu te retrouves en rupture de stock et que tu veux le renflouer au plus vite, le transport par avion est recommandé mais s'avèrera plus cher. Les prix varient beaucoup en fonction du volume et du poids du produit. Mais en général, si tu en choisis un petit et léger, tu t'en tireras pour 4 ou 5€ par produit maximum, en express. Si par contre, tu fais venir une grande quantité par bateau, les frais de transport descendent à 1 ou 2€ par produit, mais il faudra alors compter 45 jours pour l'arrivée de la marchandise en provenance, par exemple, d'Amérique du nord ou d'Asie. Je parle bien entendu d'un ordre de grandeur. En effet, tout dépend du produit, du transporteur, s'il a un partenariat avec ton fournisseur, ou si tu as ouvert un compte chez eux pour des livraisons régulières. Personnellement, j'en ai un chez UPS pour 2 livraisons maritimes par mois. Ils me font de gros rabais, je fais venir 400 à 500 unités par livraison.

**@g'ZUjg'XY'Xci UbY.'**

La douane, un sujet qui fâche. Pourtant, si on respecte les règles, tout ira au top !

Un agent douanier qui sera rattaché au service d'expédition t'aidera beaucoup pour faire des démarches et gagner du temps. Le dédouanement se fait en général avant l'arrivée au port, à bord de l'avion ou du bateau. La douane n'est pas une charge très importante contrairement à ce qu'on pense. En général, les

douaniers prennent un pourcentage sur la valeur du produit, une fois son arrivée à bon port (comprendre valeur unitaire + frais de livraison.) Mais encore une fois cela dépend du produit. Tu peux compter entre 2 et 10 % de frais de douane. Avant d'acheter le produit chez le fournisseur, tu peux aller sur le site de la douane française pour connaître ce pourcentage. Il faut trouver le code RITA que tu devras également apposer sur les colis de la livraison pour faciliter le dédouanement. Voici le lien pour trouver ce code :

<https://pro.douane.gouv.fr/rita-encyclopedie/public/nomenclatures/init.action>

Les frais de dédouanement, donc ce que l'agent prend pour traiter avec les douaniers, sont en général inclus dans les frais de livraison du transporteur. Pour résumer, tu peux viser entre 1 et 4€ de frais de douane et de dédouanement par produit.

*@JHJ5 ZUb, UlgY.*

La TVA française sur les produits physiques est de 20% et s'applique à tout : le prix unitaire, les frais de transport et les frais de douanes. C'est à dire tous les frais que tu auras payés pour faire venir le produit sur le sol français. Un petit calcul rapide comme exemple est le suivant :

J'achète un produit 9€ auquel j'ajoute 2€ de transport et 4% de frais de douane. Ainsi, nous obtenons :

$$\text{frais} = (9+2) + (9+2) * 4\% = 11.44\text{€}.$$

On applique la TVA sur cette valeur et on somme le tout pour arriver à ceci :

$$\text{frais} = 11.44 + 11.44*20\% = 11.44+ 2.3 = 13.73\text{€}.$$

Les frais totaux pour faire venir ton stock chez toi ou chez Amazon sont donc de 4.73€ par produit. La TVA seule représente presque la moitié de ces frais.

*Les frais de vente, d'emballage et d'expédition :*

Le canal d'expédition que je privilégie est FBA (Fulfilled By Amazon ou Expédié par Amazon).

Deux choses m'amènent à en profiter. Premièrement, Amazon s'occupe de tout, du stockage jusqu'au service après-vente. Cela demanderait beaucoup de temps si j'étais amené à le faire tout seul et en plus ce ne serait plus passif. Je devrais alors bosser dur pour assurer toutes les livraisons.

Deuxièmement, je ne fais pas nécessairement une économie si je m'en occupe seul. A titre comparatif, Amazon propose cet outil pour comparer les frais FBA aux frais du canal d'expédition classique :

[https://sellercentral.amazon.fr/hz/fba/profitabilitycalculator/index?lang=fr\\_FR](https://sellercentral.amazon.fr/hz/fba/profitabilitycalculator/index?lang=fr_FR)

Tu remarqueras que quelques centimes peuvent séparer les deux, et parfois FBA est plus économique que le canal classique. Franchement, même si FBA est un peu plus cher (disons pas plus de 1€ par produit), ça me décharge de beaucoup de tracas car Amazon s'occupe absolument de tout !

Les frais FBA, comme j'en ai déjà parlé, dépendent de la taille du produit et de son poids. Pour avoir une idée précise, je t'invite à consulter ce lien :

<https://services.amazon.fr/services/expedie-par-amazon/tarifs.html>

Il faudra compter en général entre 3 et 7€ de FBA (toujours pour un petit produit), ce qui revient à peu près au même quand tu prends personnellement en charge l'expédition d'un colis. De plus, Amazon FBA s'occupe du service après-vente, c'est à dire des retours, remboursements, etc. Tout est transparent pour le vendeur.

Pour revenir à l'exemple précédent, si on rajoute les frais FBA, on arrive à un fond de roulement par produit qui oscille entre 17 et 20€. Le produit doit donc déjà se vendre sur Amazon à 30€ pour respecter notre règle de marge à 30 %, soit 10€/produit.

Maintenant, imagine que tu vends seulement 4 produits par jour, ce qui est le minimum si tu as correctement suivi toutes les étapes de sélection du produit. Tu obtiendras alors un salaire minimum de  $4 \times 30 \times 10 = 1200\text{€}$ /mois par produit. Et ça, uniquement en commandant le stock par virement ou par carte bancaire, et en l'envoyant dans les entrepôts d'Amazon, sans même voir le produit (à part un échantillon au début pour vérifier qu'il soit correct).

A noter que si ton stock reste dans les entrepôts car tu n'as pas vendu, Amazon facture des frais de stockage de longue durée de l'ordre de 12€/m3/mois qui seront prélevés chaque semestre. Mais si tu vends le produit, tu n'as même pas à t'inquiéter pour ces frais. Ils ne valent donc pas la peine d'être pris en compte si l'étape de sélection de produit a été soigneusement effectuée. Enfin, n'oublie pas que pour profiter de FBA, il faut avoir un compte pro. Ces deux avantages te procureront beaucoup plus de visibilité sur le moteur de recherche d'Amazon. Pour être pro, Amazon facture 39€HT/mois (avec 1 à 3 mois gratuits), et l'inscription à FBA est incluse dans l'abonnement. En revanche, tu peux vendre avec un compte standard, mais tu ne pourras pas profiter de FBA et je crois qu'il faudra également bosser très dur pour rendre ta page visible. Honnêtement je n'ai pas essayé autre chose, donc je ne peux pas te parler de la performance réelle du compte standard. Cependant, j'ai tendance à penser que ce type de compte n'est pas efficace.

**@g`Wk Uf[ Yg`gc WjU Yg`Yh`Yg`ja d' lg'.**

Créer sa société permet de se protéger des impôts. En France, ce sont les charges sociales qui auront le plus d'impact sur un business. En effet, tant que la machine tourne et qu'on tire des dividendes de temps en temps, on ne sera pas trop gênés par les impôts. On sera imposé à l'IS et non à l'IR, ce qui fait toute la différence. Au début, on n'a peut-être pas besoin d'immatriculer sa société, ou de démarrer en autoentrepreneur. Mais quand l'activité tourne et que le chiffre d'affaire grimpe, il vaut mieux être immatriculé au RCS et être au régime réel ou à l'IS. Cela réduira considérablement l'incidence des

impôts car on pourra par exemple déduire les frais d'expédition FBA du chiffre d'affaire, ainsi que bien d'autres charges liées à l'activité professionnelle.

Un bon comptable, en deuxième temps, est essentiel au bon comportement de l'entreprise face à l'administration financière et à la réduction des impôts. Il faut également pouvoir choisir le bon statut de l'entreprise.

J'ai rassemblé tous ces frais ainsi que les recettes dans une fiche Excel qui te permettra de réaliser efficacement un business plan Amazon FBA. [Télécharge la fiche compta Amazon FBA ici, et amuse toi en jouant sur les chiffres](#).

Voilà, c'était l'essentiel de ma méthode en 5 grandes lignes pour trouver un excellent produit à vendre sur Amazon.

Il y a d'autres approches, bien sûr, mais cette méthode est celle que j'utilise et qui me permet de trouver un produit qui cartonne dès la mise de sa vente.

Maintenant je vais te donner quelques autres bonnes astuces satellites qui gravitent autour de la méthode principale. Ces petites astuces, c'est comme la cerise sur le gâteau. Elles permettent de beaucoup mieux vendre !

## **Astuce Satellite numéro 1 : Faire un tour sur Amazon.com**

On dit souvent que pour voyager dans le temps, on peut aller aux US, car leur marché est en avance d'au moins quelques mois sur le marché européen.

L'idée est de trouver les nouvelles idées qui cartonnent là-bas et les importer en Europe.

Pour commencer, tu peux aller sur [la page des best sellers sur Amazon.com](#) et parcourir la catégorie de ton choix.

Essaye de trouver un produit en marque blanche. c'est-à-dire un produit qui n'est pas vendu sous une autre marque connue.

Fais aussi un tour dans les [New Releases en US](#).

L'idée est de trouver un produit qui commence à cartonner au US et qui n'est pas encore disponible en Europe. À toi de jouer !

## **Astuce Satellite numéro 2: Utiliser "Vendu et expédié par Amazon"**

Pourquoi un produit vendu par Amazon est un bon produit ?

Amazon ne se met Jamais sur un produit non profitable ou moyennement profitable. Tous les produits vendus par Amazon sont très intéressants.

Voici comment je procède pour trouver des produits vendus par Amazon et profitables !

D'abord, je parcourt les catégories que j'affectionne. J'aime fouiller dans les catégories "cuisine", "animalerie", "sport", j'essaye de cibler une niche et éviter les produits à forte concurrence.

En général, la catégorie "high-tech", "accessoires pour téléphone", "enceintes bluetooth", etc sont assez saturés et pas mal de "grosses marques" sont bien positionnés dessus.

Ensuite, je fais une liste d'une dizaine de produits que je rajoute dans un outil de tracking.

Puis valide trois critères principaux :

- **Le trafic** : le nombre de recherches par mois sur le mot clé principal est supérieur à 1000 sur google adwords
- **La concurrence**: le nombre de résultats sur le mot clé principal est inférieur à 1000 sur Amazon.fr
- **Le nombre de ventes** mensuelles sur mon outil de tracking préféré est supérieur à 100

Et c'est tout ! ces trois critères avec les cinq de base que j'ai déjà expliqué, suffisent pour dénicher un excellent produit !

### **Astuce Satellite numéro 3 : Utilise les Bons outils de tracking**

Je te présente quelques outils sympas qui aident à dénicher votre produit et estimer sa rentabilité. Voilà les principaux sur le marché.

#### [AMZTracker](#)

AMZTracker offre de 7 jours gratuits pour l'essayer. C'est un outil spécialement conçu pour Amazon et qui donne une idée sur le volume des recherches et le ranking du mot clé relatif à votre produit. il coûte 50 \$/ mois et il est riche d'information sur les concurrents, le ranking sur un mot clé, la santé de votre fiche produit, etc.

#### [Seller-Pulse](#)

Je ne vais pas trop m'attarder sur seller-pulse, pour moi c'est l'outil de tracking que j'utilise, on dispose aussi de 7 jours d'essai. Il est assez intuitif et simple à utiliser.

#### [Keepa](#)

Keepa est gratuit et donne l'évolution du classement et le prix de chaque produit Amazon. Il est simple et agréable à utiliser. Sa fiabilité n'est plus à démontrer. C'est un Must Have pour le professionnel.

#### [Unicorn Smacher](#)

Unicorn Smacher est une Add-on l'on peut télécharger et l'ajouter comme extension à chrome. Cet outil est l'équivalent de AMZTracker mais en forme d'Add-on. Il permet entre autres de connaître :

- Le nombre de vendeurs sur Amazon qui vendent votre produit.



- Les variations c.à.d les différentes formes, couleurs disponibles pour ce produit.
- Les prix de vente affichés pour ce produit.
- Le classement du produit.
- Des estimations sur les revenus et le chiffre d'affaire.
- Le nombre de commentaires soumis pour le produit.

### ["Google keyword Planner"](#)

Google keyword Planner est un outil efficace de planification des mots clés qui s'interface avec votre compte Google; il permet d'afficher le volume de recherches mensuels relatifs à un mot clé, avec une liste des mots clés dérivés du principal, ainsi que la concurrence sur ces mots clés. C'est l'outil indispensable d'un marketing efficace.

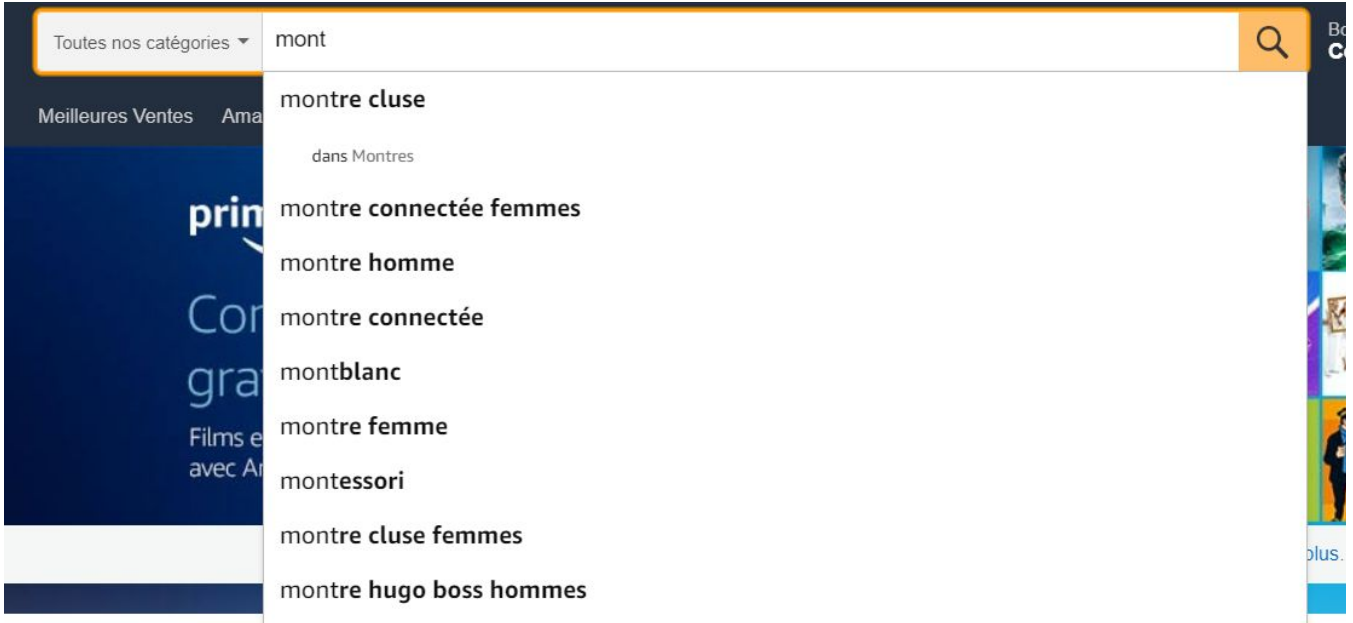
Voilà !

Cette liste n'est pas exhaustive, mais il existe aussi plein d'autres outils comme jungleScout, CamelCamelCamel, ou bien Asinspector et bien sûr google trends. En général tous ces outils se prévalent et leur fiabilité sont comparables. Je n'ai donc cité que ceux que j'utilise, et que j'affectionne particulièrement. Tout dépend de ton affinité avec l'outil (si tu l'aime ou pas, s'il est clair et concis, etc) et du budget aussi.

## **Astuce Satellite numéro 4 : Classer les produits avec leurs BSR en utilisant auto-complétions**

Voici deux astuces rapides pour trouver d'excellents produits, encore une fois, cela ne sert à rien de réinventer la roue !

- Auto-complétions : Cela t'est certainement déjà arrivé de rentrer sur la barre de recherche de google la moitié d'un mot et google te complète avec des propositions. C'est la même chose qui se passe sur Amazon. Prenons un exemple pour mieux comprendre l'utilité de l'auto-complétions. J'ai pris l'exemple suivant pour illustrer. Quand je tape « mont » dans la barre de recherche Amazon, celui-ci me propose une liste de mots clés qui sont les plus recherchés. On trouve par exemple « montre cluse » ensuite « montre connectée femme » dans l'ordre décroissant des plus recherchés vers les moins recherchés.



J'utilise souvent cette astuce, que ce soit pour trouver une niche (ici par exemple on sait que « montre connectée femme » est très demandé) ou bien trouver des mots clés supplémentaire pour mon produit. Souviens-toi simplement que cette méthode est très utile pour trouver les mots clés qui sont les plus recherchés sur Amazon, et ça reste un outil assez puissant et simple pour trouver un produit qui cartonne.

- BSR ou BEST SELLING RANK : est le classement d'un produit dans une catégorie tout simplement ! Une astuce très simple pour trouver les produits les mieux classés dans une catégorie est de taper un mot clé aléatoire précédé du signe - . Voici un exemple ci-dessous :

amazon.fr  
Essayez Prime

Cuisine & Maison -Adqsdqafafaezgezqfddfqsqsd

Bonjour Entrez votre adresse

Meilleures Ventes AmazonBasics Dernières Nouveautés High-Tech Livres Pantry Aide Cuisine et Maison Informatique

CUISINE ET MAISON PROMOS PETIT ÉLECTROMÉNAGER MEUBLES LINGE DE MAISON ET LITERIE CUISINE LUMINAIRES

1-24 sur sur 90 000 résultats pour Cuisine et Maison : "-Adqsdqafafaezgezqfddfqsqsd"

**Amazon Prime**

prime

Livraison gratuite

Tous les clients bénéficient de la Livraison GRATUITE dès 25€ d'achats expédiés par Amazon


**Affiner la catégorie**

← Toutes les boutiques

**Cuisine et Maison**

- Ameublement et décoration
- Aspirateurs, entretien des sols et nettoyeurs de vitres
- Café, thé et expresso
- Casseroles, plats et poêles
- Chauffage et climatisation
- Couteaux et ustensiles de cuisine
- Fers, centrales vapeur et accessoires
- Loisirs créatifs
- Pâtisserie
- Petit électroménager
- Produits et accessoires de nettoyage
- Rangement et organisation

N°1 des ventes




Sodastream Cylindre de Recharge de Gaz CO2 pour Machine à Gazéifier Sodastream

★★★★☆ ~ 649

25 00€


N°1 des ventes



BRITA, Cartouche Filtrante pour Carafe, MAXTRA+ Haute Performance (Nouvelle Formule) - Pack 6

★★★★☆ ~ 6 155

Autres vendeurs sur Amazon



BRITA, Carafe Filtrante Cartouches Filtrantes I - Bleu

★★★★☆ ~ 18 727

Autres vendeurs sur Amaz

Dans cet exemple, j'ai rentré un mot clé aléatoire et long précédé par le signe moins (le moins sert à exclure un mot de la recherche), dans la barre de la catégorie cuisine et maison.

Le résultat affiché est un classement de produit par meilleur classement. On sait très bien que plus le produit est bien classé, plus il se vend. Les produits en haut de page sont donc les plus vendus dans cette catégorie. Simple mais efficace ! Je peux ensuite affiner ma recherche avec la barre à gauche, suivant si je veux par exemple les produit en « prime », leur date d'entrée (1 mois, 2 mois, trois mois, les produits les plus récents sont les plus prometteurs), les évaluation clients (je conseille toujours des produits qui ont une moyenne supérieure à 4 étoiles), ou bien une sous-catégorie de la catégorie mère. C'est une méthode très rapide et efficace pour trouver un bon produit qui cartonne dès son lancement ! Enfin, n'oublie pas de faire la recherche avec une session de navigation privée, ou bien assure toi de déconnecter de ton compte acheteur Amazon, car, les moteurs de recherches sont influencés par les précédentes recherches et achats et tendent de nous proposer un produit que nous sommes susceptibles d'acheter, et donc cela peut fausser les résultats de notre sourcing produit.

## Astuce Satellite numéro 5 : Trouver un produit un peu différent

Allé, je vais la répéter une dernière fois, mais c'est vraiment pour la bonne cause

« Ça ne sert à rien de réinventer la roue »

J'ai constaté pendant mon parcours de vendeur mais aussi suite à mes coachings, que les produits qui enregistrent les plus belles ventes sont ceux qui se différencient le mieux.

Voici plusieurs axes de différenciation :

- Une nouvelle version qui corrige un défaut/pb : le meilleur axe de différenciation, si tu arrives à trouver un produit qui cartonne déjà mais que tu repère dans les commentaires, un problème récurrent. Trouver une version qui corrige le problème te permettra de cartonner dès le premier jour du lancement !
- Une meilleure page de vente : enrichir les mots clés, utiliser un copyright incitant à l'achat, mettre en avant les bénéfices et caractéristiques du produit.
- De belles photos : beaucoup de vendeurs négligent ce point. Rappelle-toi que le client ne peut pas toucher ni évaluer le produit. Il est donc important de mettre en avant des photos de très haute qualité, qui montrent tous les détails ainsi qu'une mise en situation du produit.
- Un bundle : un bundle c'est un package. Par exemple, si ton produit nécessite une pile, rajoute-la, quitte à augmenter légèrement ton prix. Beaucoup de vendeurs ne le font pas. Rappelle-toi quand tu reçois un produit qui marche avec des piles et que les piles ne sont pas fournies. Si tu n'as pas de piles chez toi, tu vas aller les chercher au supermarché, c'est agaçant. Mets-toi toujours à la place du client .
- De meilleures garanties : offrir une garantie à vie, une extension de garantie, un satisfait ou remboursé, ou bien un retour gratuit, etc.
- Un manuel en bon français : cela peut te paraître anodin, mais beaucoup de vendeurs, si ce n'est pas la plupart, ne le font pas, alors qu'un bon manuel en français, concis et précis, ravive les clients et ça ne coûte rien. Je reçois souvent de très bon commentaires clients grâce au manuel en Français qu'ils ne trouvent pas ailleurs.

## **Les principaux pièges à éviter (absolument) !**

Pour terminer cet eBook, je partage avec toi, quatre pièges à éviter quand on débute sur Amazon. Je trouve que ces pièges sont les plus importants tant par leur impact sur le business tant par la facilité de tomber rapidement dedans. essaye au mieux, de les éviter !

### Premier Piège à éviter : se mettre sur des produits interdits

Evite de te mettre sur des produits interdits, comme :

- les produits irritant la peau et les vêtements.
- les produits ayant rapport avec la santé,
- les armes et munitions,
- les produits tranchants ou coupants,
- Les marques
- et autres...

Avant de lancer ton produit, demande à Amazon s'il est bon à mettre en vente sur leur plateforme ou s'il a besoin d'une autorisation.

### Piège Numéro 2: se mettre sur un produit concurrentiel

En tant que vendeur débutant, évite de te mettre sur un produit très concurrentiel. Cherche plutôt des produits avec des commentaires au dessous de 100 et évite de vendre des marques. Vise un produit avec un maximum de quelques milliers de résultats sur le mot clé principal.

### Piège Numéro 3 : ne pas tenir compte de tous les frais et charges.

Ne bâcle pas ton business plan et tiens bien compte de tous les frais et charges, j'en ai parlé précédemment mais voici un rappel des principaux frais.

Il y a surtout:

- les charges de transport,
- les frais de douanes,
- les impôts et taxes,
- les charges FBA d'Amazon et les frais de stockages,
- et autres...

[Télécharge ici la fiche compta gratuite qui t'explique tous ces frais !](#)

### Piège Numéro 4 : ramener du gros stock dès le lancement

Si tu as réussi à liquider un stock de 100 unités dès première semaine de ton lancement (c'est tout le bien que je te souhaite ), prends garde de ne pas s'enthousiasmer et lancer un gros stock dès le début. Sois prudent, et fais venir des petites quantités de stock (100 à la fois).

Ce n'est qu'après deux ou 3 arrivages que tu peux y aller avec un stock supérieur ou égal à 500 ou 1000 unités en une seule fois.

**: 5 Eg :**

Je vais finir avec les questions qui m'ont été posés au moins une dizaine de fois par mes clients et mes contacts. Il est fort probable que tu te pose aussi une de ces questions si tu es intéressé par le business Amazon FBA. C'est parti !

#### - **Question 1 : Je ne sais pas quel premier produit lancer ?**

**Réponse 1 :** J'espère avec les astuces que j'ai expliqué dans ce livre, tu sais quel genre de produit lancer et quel produit éviter. Ne t'inquiète pas, avec un peu de pratique, tu commenceras à avoir l'œil de vendeur Amazon . En tout cas, si tu as une idée de produit qui suit les critères de ce guide, n'hésite pas à me [l'envoyer par mail ici](#), je peux donner mon avis sur son potentiel.

J'ai préparé un petit outil qui te permet de faire le scoring de ton produit sur une échelle de 0 à 100 suivant 6 critères mesurables. J'ai appelé cet outil **NicheFinder** et il va t'aider à évaluer le potentiel de niche de ton produit. [Télécharge le ici sur mon blog !](#)

#### - **Question 2 : Je suis au chômage, que faire pour lancer mon business ?**

**Réponse 2 :** Si tu es au chômage, tu as de la chance d'avoir beaucoup d'avantages par rapport à un salarié. D'abord, le plus important, est que tu as plus de temps, c'est un actif très précieux ! utilise le pour lancer ton business et le faire avancer.

L'autre avantage, est que tu peux profiter de plusieurs aides fiscales et sociales pour lancer ton business. Rapproche-toi de ton CFE et du pôle emploi pour en savoir plus sur les aides ACCRE et NACCRE et les crédits d'entrepreneurs avantageux. Il est assez commun aussi de voir financer ses formations par l'état.

#### - **Question 3 : Je n'ai pas le temps à consacrer au business Amazon, que faire ?**

**Réponse 3 :** Imagine que tu veux développer une relation amoureuse avec quelqu'un, ou bien que tu as un enfant que tu veux éduquer, le voir bien grandir. Auras-tu le temps pour y consacrer ? C'est pareil pour un business internet : c'est ton bébé, ton business, c'est à toi de trouver le temps à lui consacrer exactement comme celui que tu consacres régulièrement à ta famille, à ta relation amoureuse, etc. Ce n'est pas le temps que tu n'as pas donc, mais simplement une redéfinition de tes priorités .

Pour t'aider : [Voici 10 astuces simples comme bonjour mais très efficaces que tu peux appliquer pour protéger ton temps et le dégager pour ton business.](#)

- **Question 4 : De quel budget minimum aurais-je besoin pour me lancer ?**

⇒ **Réponse 4 :** Je pense qu'un budget minimum **de 500 euros** est nécessaire pour commencer un business Amazon. Mais j'ai déjà vu des élèves commencer et réussir avec beaucoup moins. Pour eux, 200 ou 300 euros ont suffi pour commencer un business qui a cartonné par la suite. Tout dépend donc de ton budget et ta volonté.

- **Question 5 : Sous quel statut fiscal lancer un business Amazon (et internet en général) ?**

⇒ **Réponse 5 :** Un nouveau vendeur sur Amazon, peut atteindre 15000 euros de CA sans monter aucune structure. Tu peux déjà utiliser ce plafond pour tester le marché. Dépassé ce CA, tu peux commencer en micro-entreprise, ce que je conseille au début. Dans un deuxième temps, tu peux lancer une SARL ou une SAS. Libre à toi de choisir le statut qui te plaît et qui correspond à ta situation. Encore une fois, je ne suis pas avocat fiscaliste, [mais tu peux par exemple utiliser ce simulateur ici que j'avais réalisé, pour comparer entre les deux statuts et faire ton choix.](#)

- **Question 6 et pas des moindres : Combien puis-je espérer dégager comme bénéfice dès le lancement ?**

⇒ **Réponse 6 :** j'avais déjà indiqué ci-dessus que l'e-commerce est un des business les plus rentables (par rapport à l'immobilier, le business physique, la bourse). Mais combien puis-je gagner dès le lancement ?

Dans le chapitre du business plan, j'avais indiqué que la marge brute minimale dans un business Amazon FBA est entre **30% et 40%**. La règle des 30/30/30 s'applique. 30% c'est le coût des marchandises, 30% les frais de mise en vente (FBA, douane, tva, transport) et 30 à 40 % la marge brute. C'est vraiment le minimum. Par rapport aux autres modèles d'investissement (immobilier, bourse, physique), c'est un des meilleurs ROI en passif. Je pense en tant que débutant, tu pourras faire facilement, **1000 euros de bénéfices dès ton lancement** si tu investis 3000 euros dans un stock tous frais compris.

Je t'invite aussi à lire les articles de mon blog, qui comportent des informations supplémentaires sur le sujet de la vente en ligne et Amazon FBA en particulier. Pour approfondir ce sujet, voici les liens sur quelques articles utiles :

**Une étude de cas complète d'une niche :**

<https://e-amazonien.fr/vendre-sur-amazon-niche/>

**Toutes les étapes pour devenir vendeur professionnel sur Amazon :**

<https://e-amazonien.fr/vendeur-amazon-pro/>

## 4 astuces pour se différencier de la masse:

<https://e-amazonien.fr/amazon-pro/>

## Deux astuces pour trouver un excellent produit :

<https://e-amazonien.fr/amazon-vendeur/>

## Les 5 pires choses qui peuvent t'arriver dans un business Amazon :

<https://e-amazonien.fr/galeres-vendeur-pro-amazon/>

## CONCLUSION

Merci d'avoir lu cet ebook jusqu'à la fin, j'espère que cela t'a apporté des éclaircissements et des informations utiles sur le business Amazon et sur l'e-commerce en général.

Alors, es-tu prêt à passer à l'action et à sortir de la *Rat Race* ?

Tu as trouvé ton produit qui va cartonner ?

Tu peux en être fier, tout comme je l'étais il y a un peu plus d'un an !  
C'est l'étape la plus importante !

Mais je ne vais pas m'arrêter là et je vais essayer de te donner le plus de conseils possibles pour t'aider à monter ton business Amazon, qui va cartonner !

Concrètement, je t'ai préparé une **formation-coaching** détaillée, étape par étape, qui répond aux questions suivantes dans le but de pouvoir se lancer sur Amazon avec la plus grande sérénité :

- 1/ Comment trouver un produit qui cartonne ?
- 2/ Comment trouver un fournisseur pour ton produit ?
- 3/ Comment créer son entreprise et créer un compte Amazon pro ?
- 4/ Comment préparer la page de ton produit ?
- 5/ Comment étudier la recherche organique ?
- 6/ Comment optimiser la recherche organique par mots clés ?
- 7/ Comment passer en FBA et envoyer ton stock chez Amazon ?
- 8/ Comment connaître ta clientèle et la cibler efficacement ?
- 6/ Comment promouvoir ton produit et attirer plus de visiteurs ?
- 10/ Quelle attitude doit-on avoir lorsqu'on est vendeur Amazon pro ?
- 11/ Comment éviter la rupture de stock ?

