

# LE GUIDE ULTIME POUR NE FAIRE AUCUNE VENTE

Par **moi-même**, générateur de vente  
par l'écriture et amateur de tarte aux  
myrtilles.



Je crois que le succès et le développement du CA sont des notions très surestimées.

J'ai décidé aujourd'hui de rétablir l'équilibre.

**Avec ce guide, je m'engage à ce que tu ne produises que des contenus à impact nul.**



1

# RÉSOLVEZ TOUS LES PROBLÈMES EN 1 FOIS

Faîtes l'effort de régler tous les problèmes en mêmes temps.

Ne vous concentrez pas sur une question spécifique.

Votre produit est la solution universelle.



2

## NE PARLEZ PAS DES RÉSULTATS

Soyez timides sur ce que votre produit peut engendrer comme bénéfices pour vos clients.

Ou restez flous et peu concrets.



**Les contenus à impact nul.  
C'est bon pour la planète ce truc ?**





3

## ÉCRASEZ VOS LECTEURS PAR VOTRE SAVOIR

Utilisez un vocabulaire spécifique.

N'employez des termes que seuls les initiés peuvent comprendre.

Vos prospects n'ont qu'à être plus instruits après tout.



4

## AUCUNE VAGUE

Soyez ennuyeux et éviter toutes les prises de positions fortes.

N'oubliez pas : la guerre, c'est mal, la gentillesse, c'est bien.

Ne soyez pas identifiable et noyez-vous dans la masse.



5

## SURTOUT PAS DE PREUVES

Vos lecteurs doivent vous croire sur parole.

Cela suffit ce monde de sceptique.

S'ils ne sont pas capables de vous croire sans preuves, c'est que vos clients ne vous méritent pas.





6

NE VOUS RÉPÉTEZ PAS

Si vous l'avez dit une fois, ça suffit amplement.

Votre avantage concurrentiel est tellement clair.

Vos clients n'ont qu'à le comprendre du premier coup.



7

## NE FAITES PAS DE RECHERCHES

Commencez à écrire immédiatement.

Ne vous intéressez pas à l'univers de vos clients.

Leurs problèmes, la façon dont ils en parlent, dont ils le vivent...

Après tout, c'est qui le boss ?



**Oh la, je crois  
que j'ai tout compris**



8

## DÉCOURAGEZ VOUS

Si vos premiers contenus sont nuls, c'est que vous n'êtes pas fait pour ça.

Cela est bien connu : il n'y a sur LinkedIn que des génies qui y sont arrivés dès la première fois (surtout les copywriters).

Il vaut mieux abandonner dès maintenant. Vous allez vous éviter beaucoup de souffrances.



# CONCLUSION

Là, je crois qu'on est pas mal.

Il y a encore beaucoup de pépites qui mènent à l'échec, mais franchement, si vous réussissez à l'issue de la lecture de ce carrousel, c'est que vraiment :

VOUS AVEZ FAIT N'IMPORTE QUOI





**Mais, si vendre avec tes contenus  
à RÉELLEMENT de l'importance  
pour toi, oublie ce carrousel et :**

**BCM  
(Better Call Me)**

