

COMPRENDRE LE SYSTÈME DES “6 PILIERS DU SUCCÈS MARKETING”

10 minutes et 47 questions
pour comprendre les 6 piliers de la réussite
de n'importe quel projet marketing

Par Dushan Jancik,

Stratège en Communication, Persuasion et Marketing Direct sur Internet

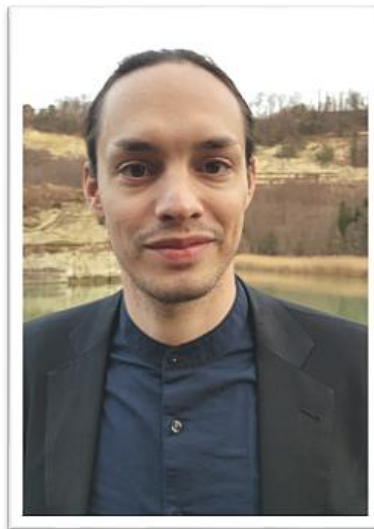
**Accédez en avant-première aux plus efficaces tactiques
du marketing francophone ET américain en rejoignant
l'institut de recherche et formation « [Labo Marketing](#) »**

QUI EST DUSHAN JANCIK ?

Je suis un **Stratège en Communication, Persuasion et Marketing Direct sur Internet.**

Ma mission est de donner aux bonnes idées la portée qu'elles méritent grâce à Internet.

Je vis en Suisse, même si je suis actif internationalement, avec des clients français, canadiens, suisses, américains, tunisiens, tchèques, russes, italiens, etc.



Depuis 2008, j'ai aidé plus de 22'000 entrepreneurs aux profils très variés (entrepreneurs du Net ou « hors-ligne », coaches, formateurs, experts, artisans, artistes, politiques...) à atteindre leurs objectifs sur Internet. J'ai enseigné le marketing en ligne dans des instituts prestigieux en Suisse (HEIG, Polycom, SAWI), ainsi que via plusieurs formations en ligne à succès.

Aujourd'hui, je me consacre à mes clients via diverses formules de coaching et de formation : **je les accompagne dans leur projet du Concept au Succès**, et les aide à atteindre leurs objectifs marketing notamment grâce à plusieurs techniques novatrices que j'ai conceptualisées (« Système P.T.C.S.O.S. » « Starification », « E.V.O », « Méthode C.E.C.S.S.S. »...).

Si vous voulez travailler directement avec moi, c'est possible (dans certains cas), rendez-vous sur mon site pour en savoir plus : www.DushanJancik.com.

Et si vous voulez devenir très vite un meilleur marketeur sans vous former pendant des années, rejoignez mon « coffre au trésor » : le [Labo Marketing](#) !

INTRODUCTION

Le Système P.T.C.S.O.S. présenté dans la conférence « Les 6 Piliers du Succès Marketing », ainsi que ce bref rapport qui a pour but de vous le présenter, sont tous les 2 nés d'un **constat d'échec partiel** :

Lorsqu'en début 2017, après quelques années d'absence de la scène « infopreneurs » passées à travailler et expérimenter avec mes clients en consulting, j'ai rédigé mon rapport « *Les 10 Principes du Succès Marketing* », mon but était d'y condenser tout ce que j'avais appris en marketing Internet au cours des dernières années avec des centaines de clients actifs dans des domaines TRÈS différents.

L'objectif était de vous donner les « Principes » indispensables au succès de n'importe quel projet sur Internet...

Et l'ouvrage a d'ailleurs tenu sa promesse, apportant énormément de valeur et **introduisant pour la première fois en francophonie des concepts importants et novateurs (« Starification », « E.V.O »)**. Il est devenu l'un des ouvrages marketing Internet francophones les plus téléchargés et les plus appréciés.

Pourquoi alors je parle de « constat d'échec » ?

Parce que cet ouvrage proposait 10 Principes qui pouvaient être « picorés » selon les besoins du moment, et appliqués dans n'importe quel ordre.

Or j'ai ressenti que **l'entrepreneur francophone avait un besoin beaucoup plus fondamental : le besoin d'une solide vision d'ensemble, le besoin d'un SYSTÈME, d'un plan de « A à Z »**.

Ce Système, on ne le trouve pas vraiment dans mon ouvrage sur les 10 Principes... et on ne le trouve nulle part ailleurs non plus à ma connaissance sur le marché francophone.

Jusqu'à aujourd'hui ! 😊

En effet, lorsque j'ai réalisé que mon ouvrage, malgré sa grande richesse, ne donnait pas ce Système complet dont les entrepreneurs francophones ont tant besoin, je me suis remis à l'ouvrage !

Ce Système, il existait pourtant dans mon inconscient : c'est celui que j'appliquais pour démultiplier les résultats marketing de tous mes clients, qu'il s'agisse de consultants, de coachs, de formateurs, d'infopreneurs, de propriétaires de boutiques en ligne ou hors-ligne, d'artisans et d'artistes, de politiques, etc.

Ce Système me permettait, dans TOUS les cas et sans aucune exception, de :

- 1. Diagnostiquer méthodiquement tous les problèmes marketing de mon client.**
- 2. Mettre en place une stratégie complète et systématique, de A à Z, pour démultiplier les résultats marketing de son entreprise.**

C'est ce Système, nommé « P.T.C.S.O.S » en raison des **6 Piliers** qui le composent, que je vous présente brièvement aujourd'hui, pour que vous compreniez exactement de quoi il s'agit et, surtout, que vous puissiez vous situer... en attendant d'en découvrir plus lors du séminaire en ligne d'introduction ! 😊

Voilà, je vous souhaite une excellente et enrichissante lecture,

Avançons ensemble !

Dushan JANCIK.

Dushan Jancik,
Fondateur du [Labo Marketing](#)
Consultant sur [DushanJancik.com](#)

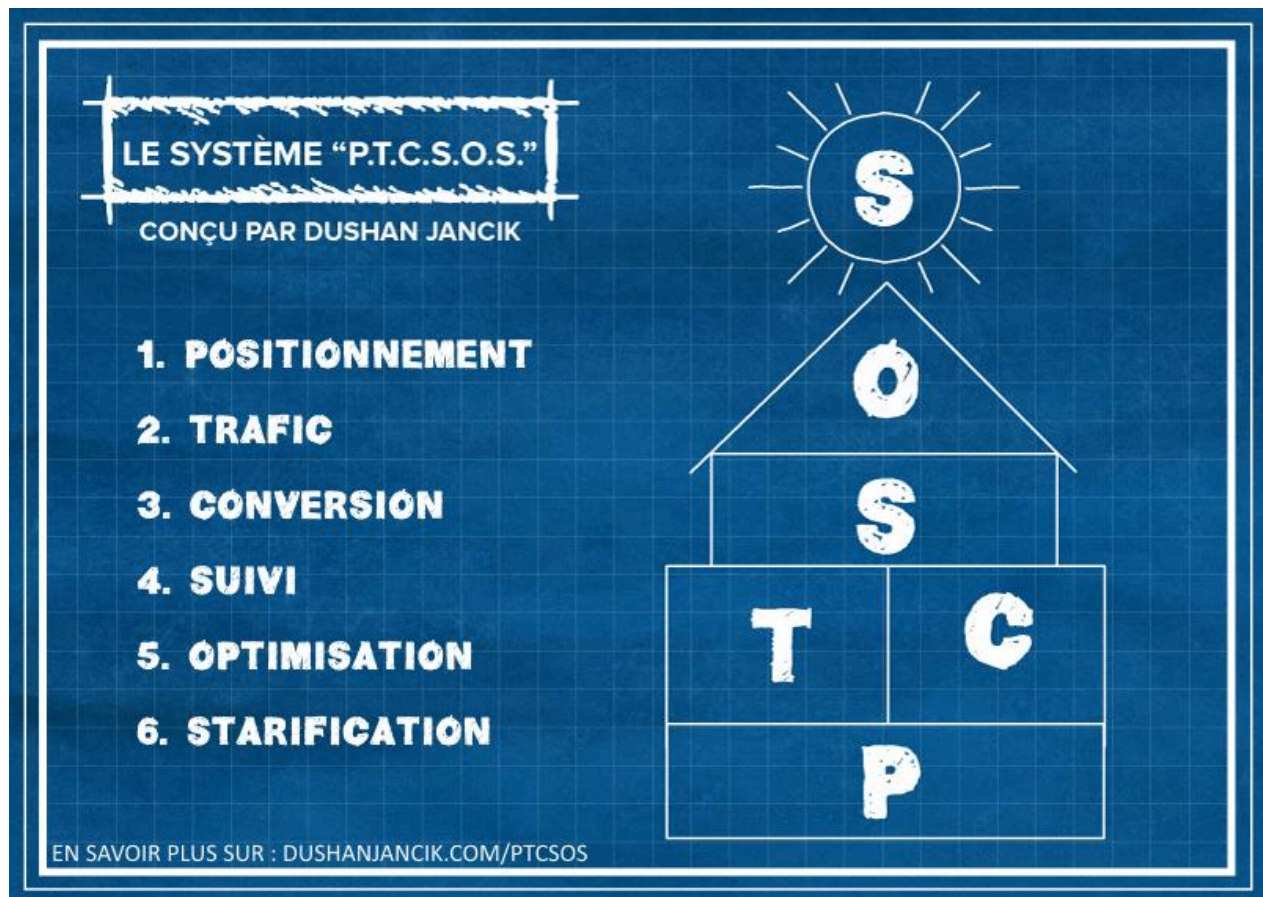
A stylized blue ink signature of Dushan Jancik, featuring a large, flowing 'D' and 'J'.

LA « MAISON » P.T.C.S.O.S

Le simple fait de comprendre les 6 Piliers de mon Système et de vous en souvenir aura un impact significatif sur vos résultats marketing, même si vous n'assistez pas au séminaire en ligne (ce qui serait une GRAVE erreur !).

Et pour bien comprendre et mémoriser quelque chose, rien de tel qu'une analogie ou une métaphore ! 😊

Le « Système P.T.C.S.O.S. », qui représente le marketing le plus efficace que vous pouvez avoir dans votre entreprise, est comparable à une MAISON, un peu comme ça :



Dans ce contexte, **les 6 piliers du système correspondent donc aux 6 parties de la « Maison » :**

P = POSITIONNEMENT

Comme vous le voyez sur l'image de la page précédente, le premier pilier du « Système P.T.C.S.O.S. », la lettre « P » pour « Positionnement », représente **la base, les fondations de la « Maison »**.

De même, le positionnement représente la base et la fondation de votre marketing.

Qu'est-ce que le positionnement ? C'est **la manière dont, comme le nom l'indique, vous vous POSITIONNEZ, vous, votre entreprise et votre produit, par rapport à votre marché.**

Je sais, je sais, le positionnement, et tous ces trucs de stratégie fondamentale, c'est ce qui intéresse le moins la plupart d'entre vous... 😊

La plupart des entrepreneurs se disent : *« ouais, je suis au clair avec ces trucs de base, balances les techniques secrètes de Ninja marketing de l'espace, on s'en fout du positionnement ! »*.

Et pourtant, je vous JURE que je n'ai pas encore rencontré UN SEUL CLIENT qui était totalement solide à ce niveau-là.

Et comme pour votre maison, si le positionnement n'est pas solide, votre édifice marketing peut vite s'écrouler !

Il est même INUTILE de travailler sur les autres piliers du système tant que votre positionnement n'est pas hyper solide. Et ma première action avec chaque nouveau client, c'est de massivement solidifier ces fondamentaux une fois pour toute !

Nous explorerons à fond les éléments les plus importants de votre positionnement lors du séminaire en ligne d'introduction au Système P.T.C.S.O.S. auquel vous pourrez assister bientôt...

Mais en attendant, voici quelques questions que vous pouvez déjà vous poser pour affiner votre réflexion :

Questions de Positionnement

- Avez-vous une vision claire et précise de qui est votre client idéal ?
- Vous êtes sans doute relativement au clair sur la démographie de vos clients (sexe, âge, etc.), mais savez-vous ce qu'ils pensent, le problème qui les empêche de dormir la nuit, et la transformation qu'ils recherchent ?
- Lorsque vous fermez les yeux, votre client idéal est-il juste un concept abstrait, ou voyez-vous quelque chose de concret, un humain avec un corps, un prénom, une apparence ?
- Êtes-vous au clair, vous-même, sur ce qui différencie votre entreprise de vos concurrents ? Autrement dit, pourquoi un client devrait-il travailler avec vous plutôt qu'avec quelqu'un d'autre ?
- Et est-ce que vos prospects et clients, eux, sont au clair avec cette différence ? Est-elle immédiatement et clairement communiquée sur tous vos supports marketing (en ligne et hors-ligne) ?
- Est-ce que votre logo, les couleurs de votre site Internet, vos visuels, vos brochures, etc. représentent graphiquement votre originalité et votre avantage concurrentiel ?
- Avez-vous réfléchi à la cohérence entre votre marque à vous, celle de votre entreprise et celle de votre PRODUIT ?

T = TRAFIC

Le Trafic, 2^{ème} pilier du Système P.T.C.S.O.S., représente une partie importante de la « Maison », tout comme il représente une partie importante de votre marketing.

En effet, pas de trafic, ça signifie pas de prospects, pas de clients, et donc pas d'argent à la fin du mois (ou, comme disait Coluche, « *trop de mois à la fin de l'argent* ») 😊.

Selon mon expérience avec des centaines d'entrepreneurs, en particulier ceux qui sont totalement ou majoritairement actifs sur Internet, le trafic est leur plus gros souci. Un souci qui se divise en 2 partie :

1. **Ils ne savent pas comment générer du trafic.**
2. **Ils génèrent du trafic, mais ce trafic n'est pas rentable.**

Il existe, sans rire, une vingtaine de méthodes principales pour générer du trafic, et elles sont toutes disponibles avec quelques clics sur Google, alors je crois sincèrement que le problème n'est pas là.

Le problème, c'est que **les entrepreneurs ne savent pas générer du trafic RENTABLE.**

Après tout, c'est bien joli d'avoir 10'000 ou 1 millions de visiteurs sur votre site, mais si vous galérez avec le cash-flow à la fin de chaque mois, ça vous fait une belle jambe, pas vrai ?

Durant le séminaire en ligne d'introduction, je ne pourrais pas vous faire un cours complet sur la génération de trafic, ce serait trop long, mais je vous donnerai **la logique générale qui vous permettra d'identifier les meilleures sources de trafic ciblé pour votre entreprise spécifique, ainsi que les bons principes qui permettent d'être rentable dans l'énorme majorité des cas.**

En attendant, posez-vous les questions suivantes :

Questions de Trafic

- Savez-vous combien de visiteurs vous générez par mois en moyenne ?
- Savez-vous d'où proviennent ces visiteurs ?
- Savez-vous combien de ces visiteurs achètent vos produits, et quelle source de trafic vous apporte le plus d'acheteurs ?
- Savez-vous quelle source de trafic est rentable ou non ?
- Connaissez-vous la valeur d'un client sur l'ensemble de sa relation d'affaire avec vous ?
- Si vous dépensez 500€ en achat de trafic, et que ce trafic, lorsque vous lui proposez votre offre, vous rapporte 450€, considérez-vous la campagne comme rentable ou non ?
- Le « trafic gratuit », ça existe ?
- Savez-vous mesurer précisément le trafic qui arrive sur votre site, et surtout INTERPRÉTER correctement ces mesures pour prendre des décisions qui vous rapporteront plus d'argent ?
- Avez-vous installé Google Analytics sur votre site (ou un autre système d'analyse de votre trafic) ?
- On vous parle d'une nouvelle technique pour générer du trafic. Savez-vous l'évaluer sans erreur pour savoir si elle mérite d'être poursuivie ou pas ?

C = CONVERSION

Le 3^{ème} pilier du Système P.T.C.S.O.S., c'est la Conversion, c'est-à-dire **la capacité à TRANSFORMER vos visiteurs en prospects, puis en clients.**

Et c'est souvent là qu'est le VRAI problème pour beaucoup d'entrepreneurs...

Ils viennent vers moi parce qu'ils pensent avoir besoin de plus de trafic : « *Si je fais 5000 visiteurs par mois et que ça génère 2 clients, alors si je fais 50'000 visiteurs par mois, je ferais 20 clients et je multiplie mon chiffre d'affaire par 10, n'est-ce pas ?* ».

C'est leur logique, et elle est pleine de bon sens. Mais très souvent, je remarque (comme dans l'exemple des chiffres que je viens de vous donner) que **le client n'a pas un problème de trafic, mais un problème de conversion** : 2 clients sur 5000 visiteurs, c'est TRÈS mauvais. Alors au lieu de chercher à faire 10 fois plus de visiteurs, il devrait chercher à décupler son taux de conversion, c'est souvent plus facile et plus efficace.

Réussir à convertir, à transformer des visiteurs en client, c'est le nerf de la guerre sur Internet, et sans ça le trafic est absolument inutile.

Il existe différents axes sur lesquels vous pouvez travailler pour augmenter vos conversions, et nous verrons les principaux lors du séminaire en ligne d'introduction au Système. Nous y verrons la méthode pour non seulement convertir un maximum de prospect en client, mais pour aussi systématiquement faire « monter » ces clients dans vos gammes pour qu'ils rapportent toujours plus.

En attendant, pour diagnostiquer vos forces et faiblesses, passez un moment à travailler sur les questions suivantes :

Questions de Conversion

- Connaissez-vous vos taux de conversion (nombre de visiteur / nombre d'acheteur = TC) sur CHAQUE étape de vos processus marketing ?
- Faites-vous passer vos prospects par des « chemins logiques » qui ont pour but de les amener progressivement de produits à bas prix à des produits à haut prix ? (Méthode E.V.O.)
- Avez-vous tout mis en place dans vos processus de vente pour réduire au maximum la résistance de vos prospects ?
- Vous êtes capables de convaincre votre prospect d'acheter ? Super ! Mais êtes-vous capables de le convaincre d'acheter MAINTENANT ? Quels mécanismes mettez-vous en place pour cela ?
- Vos clients satisfaits sont vos meilleurs vendeurs : avez-vous mis en place un moyen pour qu'il vous recommande à leur entourage, et ceci de manière SYSTÉMATIQUE ?
- Essayez-vous d'atteindre plusieurs objectifs sur une même page de votre site Internet ? (Vendre 2 produits différents par ex).
- Générez-vous le maximum d'argent possible lorsqu'un client achète chez vous pour la 1^{ère} fois ?

S = SUIVI

Comme vous le constatez si vous regardez à nouveau le schéma de la « Maison P.T.C.S.O.S. » que je vous ai mis en page 5, les 3 premiers piliers, « P.T.C. » forment un premier tout plus ou moins cohérent.

En effet, si vous avez un bon **P**ositionnement, savez générer du **T**rafic ciblé et le **C**onvertir, votre entreprise pourra connaître un succès décent... mais pas plus.

Si vous voulez un succès EXPLOSIF, vous avez absolument besoin des 3 piliers suivants, et dans ce contexte, le 4^{ème} pilier, le « SUIVI » est particulièrement important. Il représente à lui tout seul le second étage de la maison.

Le suivi, c'est tout ce qui se passe APRÈS l'acquisition d'un nouveau prospect ou client... ça peut se faire en face à face, par téléphone, mais ce qu'on utilise le plus souvent sur Internet, avec le plus d'efficacité, c'est le marketing par email.

Le suivi est fondamental parce qu'une majorité des gens ne sont absolument pas prêt à vous acheter quelque chose lors de leur première rencontre avec vous. On considère souvent que 70% à 90% des ventes seraient perdues sans suivi !

Mais souvent, les entrepreneurs font un suivi très minimal, au petit bonheur la chance (« *j'envoie une newsletter de temps en temps, et j'ai une petite séquence pour accueillir les nouveaux clients* »). Ça, c'est le degré zéro du suivi !

Dans le séminaire en ligne d'introduction au Système P.T.C.S.O.S., nous verrons comment mettre en place ce que j'appelle des « Séquences de séquences » pour un suivi hyper puissant et SYSTÉMATIQUE (vous remarquerez que ce mot revient souvent, ce n'est pas un hasard 😊), donnant des résultats plus de 250% supérieurs à la moyenne du marché.

En attendant, demandez-vous si :

Questions de Suivi

- Passez-vous au moins 2 fois plus d'efforts marketing sur vos clients actuels plutôt que sur l'acquisition de nouveaux clients ?
- Utilisez-vous le marketing par email pour faire du suivi automatique avec vos prospects et clients ?
- Avez-vous mis en place une ou des séquences pour accomplir vos buts de conversion automatiquement dès l'arrivée d'une nouvelle personne dans votre processus, ou vous contentez vous d'envoyer une « newsletter » à tout le monde de temps en temps ?
- Avez-vous identifié des segments dans vos listes d'emails, auxquels vous pourriez vous adresser plus efficacement via des séquences spécifiques à leur intérêt principal ?
- Êtes-vous agressif, efficace et systématique dans votre volonté de « **capturer avant de tuer** », c'est-à-dire obtenir un moyen de contacter vos prospects à volonté avant de tenter de leur vendre quelque chose ?
- Avez-vous pris les mesures techniques et marketing nécessaire pour être à l'abri concernant le domaine du SPAM et de la délivrabilité, qui risque prochainement de tuer une majorité d'entrepreneurs peu sérieux ?
- Utilisez-vous le suivi par marketing POSTAL ?

O = OPTIMISATION

5^{ème} pilier du Système P.T.C.S.O.S., l'Optimisation représente le « toit » de la maison, ce qui est très approprié :

Le toit, c'est ce qui vous protège de la pluie, et de la même manière, l'optimisation vous protège des campagnes aux retour sur investissement catastrophique.

En effet, et là je vais être parfaitement honnête avec vous, il arrive assez souvent (je dirais dans 30% des cas) qu'une campagne ne marche pas du tout, ou vraiment pas bien, même si vous avez respecté tous les autres piliers !

L'optimisation, c'est ça qui fait la différence entre le succès pour les pros (qui savent qu'une campagne qui ne marche pas dès le début n'est pas un signe d'échec) et la défaite pour les amateurs qui se découragent et pensent que si la campagne ne cartonne pas dès le début, il faut chercher autre chose, un autre produit, une autre stratégie marketing, etc.

L'optimisation vous permet aussi d'aller tirer le maximum d'argent de votre travail, et dans certains cas, d'avoir accès à des sources de trafic que vos concurrents non optimisés ne peuvent même pas imaginer s'offrir.

Ce n'est pas le pilier le plus « sexy » de mon Système, j'avoue, mais c'est clairement celui qui fait la différence entre les touristes et les pros.

Lors de mon séminaire d'introduction en ligne, vous découvrirez ma méthode d'optimisation systématique qui permet de « sauver » au moins 75% des campagnes perdantes, et de générer des résultats exceptionnels des campagnes qui ne fonctionnaient alors que moyennement.

Comme d'habitude, voici quelques questions sur lesquelles réfléchir pour préparer votre cerveau à notre travail ensemble lors du séminaire en ligne :

Questions d'Optimisation

- Avez-vous identifié vos indicateurs clés de performances pour avant toute chose SAVOIR évaluer si une campagne marche bien ou pas ?
- Avant de lancer une nouvelle campagne, avez-vous des attentes claires de résultat pour CHAQUE partie de votre processus marketing ?
- Connaissez-vous la fin de cette citation de Dushan : « *On ne peut optimiser que ce qu'on peut _____* » ?
- En cas de résultats décevants, savez-vous identifier quelle partie exacte de votre processus marketing doit être retravaillée en priorité pour avoir le plus de chance de sauver la campagne ?
- Savez-vous faire des tests scientifiquement valides pour optimiser systématiquement l'ensemble de vos pages et de vos processus marketing ?
- Avez-vous la solidité mentale et l'intelligence de ne pas immédiatement paniquer et tout remettre en question si la campagne sur laquelle vous avez investi beaucoup d'énergie, de temps et d'argent fait un flop lorsque vous la lancez enfin ?
- Connaissez-vous la méthode pour, dans le cas précédent, vous donner toutes les chances de redresser la barre ?

S = STARIFICATION

Enfin, le dernier pilier du Système P.T.C.S.O.S. est un concept que j'ai inventé, « **la Starification** », qui désigne l'ensemble des **tactiques marketing et des leviers psychologiques qui vous permettent d'être perçu comme la « Star » et la référence sur votre marché.**

Comme vous le constatez si vous regardez mon image de la page 5, ce 6^{ème} pilier ne fait pas partie de la maison, mais représente le soleil en dessus de celle-ci. Ce n'est pas un hasard.

Comme le soleil, la Starification n'est pas un levier indispensable pour avoir une « maison » fonctionnelle... Mais avoir une belle maison, c'est nettement plus agréable quand il y a un beau soleil dehors, et que ses rayons bienveillants réchauffent notre intérieur, pas vrai ?

En outre, le soleil est une étoile, ce qui renvoie encore à l'idée de « Star » (étoile en anglais) dans le concept de « Starification ».

En marketing, pourquoi finalement souhaiter être la référence, la « star » de son marché ? Il y a **4 raisons à ça : 1. Pratiquer des prix plus élevés 2. Augmenter systématiquement vos taux de conversion 3. Être invulnérable face à la concurrence 4. Choisir les clients avec lesquels vous avez envie de travailler et virer vos clients toxiques.**

Après tout, mon système ne serait pas complet s'il vous apprenait juste à gagner un max d'argent... pour qu'il soit complet, il doit aussi vous libérer du temps, et augmenter votre bien-être et votre paix intérieure. Tout le système est conçu pour ça, et dans cette optique, la « Starification » est fondamentale.

Il existe divers leviers psychologiques pour être perçu comme une « star » sur votre marché MÊME si vous débutez, et nous verrons tout ça lors du séminaire en ligne. En attendant, demandez-vous :

Questions de Starification

- Vous êtes-vous débarrassé des pensées limitantes qui vous empêchent de mériter votre statut de star et de référence sur votre marché ?
- Connaissez-vous les 3 leviers qui vous permettent d'être perçu comme une star MÊME si vous débutez ?
- Avez-vous une méthode pour établir votre crédibilité de manière systématique et le plus fréquemment possible ?
- Vous avez déjà connu quelques succès au moins ? Savez-vous les mettre en valeur de manière systématique pour qu'ils bâtissent votre popularité de manière exponentielle ?
- Avez-vous identifié les personnes qui, dans votre marché, peuvent amplifier votre célébrité de manière considérable ?
- Avez-vous une méthode pour que les personnes qui contribuent à renforcer votre statut de « star » y gagnent également quelque chose, et soient ainsi plus motivées à le faire ?
- Êtes-vous du genre « toujours disponible » avec vos clients, et dites-leur des phrases du genre de « appelez-moi n'importe quand si vous avez un problème » ?
- Savez-vous faire de bonnes interviews ?
- Oseriez-vous DOUBLER vos tarifs ?

CONCLUSION

Voilà, j'espère que cette brève lecture vous aura donné une bonne vision d'ensemble de ce qu'est le « **Système P.T.C.S.O.S** », et vous aura motivé encore plus à le découvrir plus en détail lors du séminaire en ligne d'introduction que nous ferons ensemble prochainement.

Grâce à cette lecture, vous arriverez au séminaire déjà prêt avec les notions de bases, et je pourrais donc passer plus de temps à vous expliquer COMMENT mettre en place ce système dans VOTRE entreprise, plutôt que de devoir perdre du temps à expliquer des concepts basiques.

Notamment, j'espère que vous êtes totalement au clair sur :

1. **Ce que signifie le « Système P.T.C.S.O.S. » et quels sont les 6 piliers qui le composent (Positionnement > Trafic > Conversion > Suivi > Optimisation > Starification)**
2. **Ce qui m'a amené à le conceptualiser, comment et dans quel but.**
3. **Pourquoi ce Système est incontournable pour réussir n'importe quel projet sur Internet.**

Une dernière chose : comme vous l'avez remarqué, chaque mini-chapitre de ce rapport contenait un encadré bleu avec des questions... et il est possible que vous ayez passé sur ces questions un peu vite. 😊

Si c'est le cas, ce n'est pas grave, mais **S'IL VOUS PLAÎT, prenez un moment pour revenir sur ces diverses questions dans les encadrés bleus, et pour y réfléchir et y répondre, si possible par écrit. Et ceci AVANT LE SÉMINAIRE !**

Je ne pourrai évidemment pas répondre à toutes ces questions pour chaque participant lors du séminaire en ligne, ce n'est pas le but. Le but, c'est **d'éveiller votre inconscient aux possibilités**, à ce qu'il sait déjà, et surtout à ce qui lui manque encore...

Ainsi, lorsque le séminaire aura lieu, vous aurez déjà fait une partie du travail de réflexion de votre côté, et votre cerveau comprendra mieux les concepts et méthodes que je vais vous révéler.

ATTENTION : Le séminaire ne sera pas compliqué car mon Système est simple... MAIS le séminaire sera DENSE ! Il y aura beaucoup d'information, beaucoup de valeur, tout simplement parce que je ne sais pas faire autrement.

(Si vous aimez payer 2000€ pour une formation superficielle et généraliste qui vous aidera moins que ce que vous découvrirez dans les 2 heures qu'on passera ensemble, alors j'ai quelques personnes à vous recommander 😊).

Alors plus vous êtes prêt mentalement (en suivant ma recommandation précédente, et en lisant mes emails), plus nous pourrons avancer vite et sur des bases solides, et plus je pourrais vous donner de la valeur à tous.

Maintenant, j'ai une dernière chose à vous demander :

Le jour du séminaire, s'il vous plait, SOYEZ PRÉSENT ET SOYEZ À L'HEURE. Pour 2 raisons :

1. Si vous ne venez pas, vous aurez pris la place d'une autre personne (les places sont très limitées pour que je puisse maintenir la qualité de l'interaction avec vous).
2. Et si trop de gens viennent en retard, je serais obligé d'attendre pour vraiment démarrer, ce qui fera perdre du temps à tout le monde et m'empêchera de vous donner un maximum de valeur.

Alors voilà, engagez-vous à faire ces choses-là, et de mon côté, je m'engage à vous livrer **le séminaire le plus important de votre vie d'entrepreneur !**

Avançons ensemble !

Dushan.

A handwritten signature in blue ink that reads "D. Jancik". The signature is stylized with a large, sweeping loop at the end.

VOUS VOULEZ ALLER PLUS VITE ET/OU PLUS LOIN ?

Si vous avez lu ce rapport jusqu'ici, alors ça signifie que mon approche marketing vous « parle ». Vous aurez bien entendu la possibilité d'en apprendre plus, et gratuitement, sur cette approche, dans le séminaire en ligne auquel vous participerez très bientôt.

Mais si vous SAVEZ déjà que vous voulez aller beaucoup plus loin et avec mon aide directe, alors [rendez-vous sur ce site pour découvrir la manière dont je peux vous aider en tant que consultant, et agender une séance découverte de 1 heure.](#)

Vous avez aimé ce document ? Vous en voulez plus ?

Alors vous apprécierez à coup sûr les conférences, comptes-rendus, résultats de tests et documents de travail, conçus selon la même approche, que je partage sur le **Labo Marketing**.

Dedans, je partage avec mes membres, des entrepreneurs et marketeurs débutants et confirmés, **le meilleur de mes trouvailles marketing**, basées aussi bien sur mes propres tests et recherches que sur celles de mes sources américaines.

[Cliquez ici pour le découvrir dès maintenant !](#)