

CE QUE L'ÉCOLE

AURAIT DÛ NOUS ENSEIGNER

DIAGNOSTIC ET ACTIONS CONCRÈTES POUR CHANGER VOTRE VIE



**BIEN DÉMARRER ET RÉUSSIR
VOTRE CARRIÈRE EN
MARKETING RELATIONNEL**

KOMLATSE

KOMLA

Les éditions

TOGO EN VOGUE

CE QUE L'ÉCOLE AURAIT DÛ NOUS ENSEIGNER

KOMLATSE KOMLA

Les éditions TOGO EN VOGUE

Tous droits de traduction, d'adaptation et de reproduction par tous procédés réservés pour tous pays.

Toute reproduction ou représentation intégrale ou partielle, par quelques procédés que ce soit, des pages publiées dans le présent ouvrage, faite sans l'autorisation de l'auteur ou de ses ayants droits est illicite et constitue une contrefaçon.

© Les éditions TOGO EN VOGUE, 2017

SOMMAIRE

Remerciements.....

Introduction

Avant de commencer.....

CHAPITRE > | 01

À qui est destiné ce livre ?

CHAPITRE > | 02

Objectifs du livre

CHAPITRE > | 03

Tout évolue, sauf le système éducatif

CHAPITRE > | 04

Ce que l'école a oublié de nous préciser.....

CHAPITRE > | 05

La vérité qui a changé ma façon de voir les choses.....

CHAPITRE > | 06

Les trois virus qui vous empêchent de devenir riche

CHAPITRE > | 07

Le marketing relationnel.....

CHAPITRE > | 08

Dix étapes pour créer et développer votre entreprise en marketing relationnel pour vous libérer financièrement

CHAPITRE > | 09

Les cinq habitudes ou orientations indispensables que vous devez développer pour réaliser n'importe quel objectif.....

CHAPITRE > | 10

Diagnostic et actions concrètes qui vont changer votre vie.....

Conclusion

Annexes.....

Bibliographie.....

*À tous ceux qui croient et s'investissent
dans la promotion et la
professionnalisation de l'industrie du
marketing relationnel avec éthique.*

Remerciements

J'aimerais adresser toute ma gratitude à mes collaborateurs qui m'ont permis de rédiger ce livre grâce à leur soutien inconditionnel, abnégation et divers sacrifices. Il s'agit de KESSOUGBO Komlan Christian, LAWSON Eric Laté Essotole, HANVI Ekué Christiano, Emmanuel OFOSU, Patrick AKANPAABA et VINYO Douglas.

Merci au Dr GBODOSSOU-ADJEVI Ida pour son soutien incontestable et ses précieux conseils.

A tous ces « *futurs leaders* » ayant compris que l'industrie du marketing relationnel a besoin d'une formation professionnelle et adéquate, je dis un grand merci : AKITANI-BOB Adjoa, ABALO Sika, DEMON Matchi, SANNNI Akim, WOGLO Raphaël, KOKODOKO Kodjo Bernard, BEMAN KOUADIO Abou-Bakar, KOUACHI Franck, N'Goya DOUMBIA, SERI-BI Maya Alphonse, NDIAYE El Hadji Moussa, KWAMI Kokouvi Djifa et KWAMI Lébénè.

Toute ma gratitude va également à Brad K. Hounkpati ainsi qu'à ABOTSI Komlan Espoir pour leur spontanéité à toujours m'apporter leurs expertises.

J'adresse tout particulièrement mes sincères remerciements au Sieur KLUVIA Seth Matéli pour avoir toujours cru en moi et en la réussite de la jeunesse africaine, ainsi qu'à toute la communauté des adeptes du marketing relationnel à travers l'Afrique.

A Olivier Roland, Zico Ki maxx et tous les entrepreneurs de tous horizons, courage et merci pour toute l'énergie que vous nous transmettez à travers vos formations et publications diverses.

Je remercie enfin ma femme Nicole pour sa patience m'ayant permis de trouver le temps et l'inspiration nécessaires à la rédaction de ce livre.

INTRODUCTION

AVANT DE COMMENCER

« Le vrai pouvoir, c'est la connaissance »

(Francis Bacon)



Pour rien au monde, je ne pourrai passer sous silence ce rituel que je pratique très souvent avant de démarrer mes formations.

Sans aller dans les détails, permettez-moi tout simplement de vous rappeler les trois dispositions (*facteurs*) que vous devez prendre pour augmenter vos connaissances et tirer profit de ce livre :

1. La volonté (d'apprendre)

J'estime que si vous lisez ces lignes, c'est que vous avez déjà la réelle volonté d'apprendre quelque chose de nouveau.

2. La sagesse et l'humilité de remettre en cause vos connaissances antérieures et actuelles

Remettre vos connaissances en cause suggère de prendre du recul et vous demander si ces dernières avaient besoin d'être mises à jour. N'oubliez pas que nous vivons dans un monde qui évolue de façon fulgurante, et ce qui était vrai hier dans un contexte donné ne l'est pas forcément aujourd'hui dans le même contexte.

3. La capacité à développer le « scepticisme positif »

Le scepticisme (*attitude de réserve ou de doute*) fait partie intégrante de nous en tant qu'humains.

Cependant, pour acquérir de nouvelles connaissances, vous devez développer le « ***Scepticisme Positif*** » ; ceci voudra dire que lorsque vous êtes en possession d'une information ou en face d'une méthode ou théorie, malgré le doute que vous avez le droit de porter sur le sujet, donnez-vous quand même la peine de l'essayer afin de tirer vos propres conclusions.

Vous n'avez donc « ***rien à perdre*** » en essayant les méthodes et principes que je partage avec vous dans les lignes qui vont suivre.

Vous m'en direz des nouvelles !

CHAPITRE 01

À QUI EST DESTINÉ CE LIVRE ?

« La pire décision de toutes est celle que l'on n'a pas prise » (*Zig Ziglar*)



Ce livre est destiné à tous ceux qui cherchent des pistes concrètes pour se lancer dans la réalisation de leurs objectifs, les conduisant inévitablement à la création de la richesse.

- Si vous avez l’habitude d’investir des sommes considérables, du temps et de l’énergie dans des formations académiques ou théoriques qui par la suite ne sont que « ***perte de temps*** » ou une « ***course à la collecte de diplômes et d’attestations*** ».
- Si vous êtes parmi ceux qui s’interrogent réellement sur leur avenir, sur ce que vous pouvez faire après ou en dehors de vos études pour gagner convenablement votre vie.
- Si vous êtes employé, retraité, cadre ou entrepreneur indépendant mais éprouvez des difficultés pour joindre les deux bouts à la fin du mois et vous vous interrogez sur ce que vous pouvez faire en dehors de votre activité actuelle.

- Si vous faites partie de ceux qui travaillent toute la semaine, passant la journée à vous conformer à un emploi du temps très chargé, avec un salaire fixe qui ne vous permet pas de bien vivre, d'offrir à vos enfants et à vos proches ce que vous auriez aimé leur offrir.
- Si vous êtes l'un de ces jeunes diplômés actuellement en train de patienter, peut-être depuis des années déjà, que l'Etat lance un concours pour vous recruter dans la fonction publique.
- Si depuis quelques années vous envisagez acheter un ordinateur portable, une moto, une voiture, ou construire une maison sans avoir une idée précise d'où viendra l'argent nécessaire dont vous avez besoin.
- Si vous travaillez depuis un an, cinq, dix ou vingt ans mais réalisez que votre compte en banque est toujours ou souvent négatif ; ou carrément vous venez de réaliser que vous n'avez même pas un compte bancaire.
- Si vous avez l'impression de tourner en rond malgré tous vos efforts de faire évoluer les choses.

- Si vous êtes à la recherche d'une méthodologie déjà testée pouvant vous aider à atteindre n'importe quel objectif ...

Alors ce livre vous est destiné !

Tout ce qui vous reste à faire, c'est de le lire, le relire si possible, encore et encore jusqu'à ce que votre mental en soit complètement imprégné, mais surtout exploiter son contenu.

CHAPITRE 02

OBJECTIFS DU LIVRE

« Pour atteindre l'objectif final, je me concentre d'abord
sur la préparation » (*David Douillet*)



J'ai écrit ce livre pour attirer l'attention de la jeunesse (*africaine*) sur le fait que le système éducatif dans lequel nous sommes instruits est loin de nous « **garantir un avenir certain** » comme on nous le fait croire, mais en fait qu'il ne s'agit que d'une étape précédant notre vie active, ne nous enseignant presque rien de concret sur cette dernière.

Figurez-vous que le système éducatif produit des millions de « **diplômés-chômeurs** » chaque année dans l'espoir qu'ils trouvent un emploi, au lieu d'enseigner à ces derniers comment créer de la richesse (*avec ou sans diplôme*), ce qu'il faut faire lorsque les diplômes deviennent « **inutiles** ».

Dans les lignes qui suivent, j'attire votre attention sur de nombreuses possibilités qui s'offrent à nous pour gagner convenablement notre vie et réaliser nos rêves, sans être victimes du système éducatif ou esclaves de nos diplômes.

Aussi, j'ai personnellement découvert en pratiquant le « ***scepticisme positif*** », que notre réussite ne se résume pas à la quantité de travail que nous fournissons ni aux diplômes obtenus ; mais en réalité, il suffit de maîtriser et mettre en application au quotidien un certain nombre de méthodes et principes pour produire de la richesse, presque sans effort.

Ayant personnellement expérimenté quelques-uns de ces principes qui ont prouvé leur efficacité, il est pour moi un devoir de partager ces informations utiles, voire indispensables à la réussite dans ce livre afin que quiconque le lise, puisse en tirer profit et redonner un nouveau sens à sa vie.

CHAPITRE 03

TOUT ÉVOLUE, SAUF LE SYSTÈME ÉDUCATIF

« Les diplômes représentent un obstacle à la liberté de
l'éducation » (*Ivan Illich*)



Seriez-vous surpris lorsque j'affirme que tout évolue, sauf le système éducatif ?

Loin de minimiser l'importance de l'éducation ni de jeter l'opprobre sur le système éducatif, je voudrais simplement attirer votre attention sur le fait qu'en observant toute la révolution et de nombreuses innovations intervenues dans tous les secteurs, depuis des décennies, sauf le système éducatif n'a pas su s'adapter aux réalités.

Un samedi matin de l'an dix-neuf cent quatre-vingt-dix-huit (1998), alors que je m'adonnais sans grand succès à un exercice de recépage du manioc sous les yeux attentifs de mon père, il s'exclama subitement : « ***Je me demande ce qu'on vous apprend à l'école ces temps-ci*** ».

Sur le coup, je n'avais pas compris la signification de son interrogation, que je pouvais assimiler à une indignation.

Dix ans plus tard, je me suis rendu à l'évidence.

Alors qu'un après-midi, ma petite sœur (*déjà adulte à l'époque*) avait été sollicitée pour préparer la pâte avec la sauce d'Adémè, la surprise était grande pour tout le monde : déception totale.

J'avais subitement compris l'indignation que mon père exprimait ce samedi matin-là, il y avait dix ans.

En effet, figurez-vous qu'à l'époque, quand j'étais encore au secondaire, les cours (*pratiques*) de cuisine et de couture étaient obligatoires pour tout le monde, les garçons comme les filles (*les vendredis après-midi*). Ce qui m'a donné un avantage certain sur ma petite sœur ; et c'était un exemple parmi tant d'autres.

En jetant un regard attentif sur les images suivantes, je n'ai pas besoin de vous convaincre que le système éducatif est en retard sur le monde :

Un téléphone ressemblait à ceci il y a presque 100 ans



Un téléphone aujourd'hui ressemble à ceci



Nette amélioration, n'est-ce pas ?

Une voiture ressemblait à ceci il y a presque 100 ans



Une voiture aujourd'hui ressemble à ceci



Aucune ressemblance, n'est-ce pas ?

Une classe d'école ressemblait à ceci il y a 100 ans



Une classe d'école aujourd'hui ressemble à ceci



Qu'est-ce qui a changé selon vous ?

Aujourd'hui doit-on blâmer la jeunesse pour incompetence ? Pour son « **incapacité** » à se prendre en charge convenablement ?

A mon avis, pas vraiment.

Le système éducatif continue de produire de plus en plus de « **rêveurs** » que de préparer les apprenants à pouvoir créer de la richesse, même étant encore sur les bancs.

Il est donc temps que le monde se rende compte que le système éducatif actuel, ironiquement plus cher que celui d'avant, a été vidé de sa substance et n'est plus qu'un lieu pour apprendre à lire et à écrire débouchant sur l'obtention d'un diplôme de « **consolation** ».

Si aujourd'hui le taux du chômage en Afrique Subsaharienne est l'un des plus élevés au monde (*la jeunesse compte pour 60% de l'ensemble des chômeurs en Afrique Subsaharienne et 80% au Madagascar : Source RFI : <http://www.rfi.fr/mfi/20140124-afrique-chomage-jeunes-dramane-haidara-oit-onu>*), ce ne sont pourtant pas les ressources ni les opportunités qui manquent.

Le vrai problème réside dans le fait que nous avons été éduqués pour concentrer toute notre énergie uniquement sur le peu que nos diplômes peuvent nous rapporter et rien d'autre.

Mais alors, cette jeunesse, doit-elle rester inerte, vivre dans l'espoir que l'Etat lance un concours pour se faire recruter ?

Devrait-elle rester silencieuse lorsqu'elle se fait qualifier par les analystes de l'OIT (*Organisation Internationale du Travail*) de « ***génération perdue menaçant la cohésion sociale*** » ?

Absolument pas.

Certes, des approches de solution sont proposées par certaines écoles et universités (*privées et publiques*) ayant introduit des formations professionnelles et qualifiantes ; d'autres parviennent à signer des conventions de stages avec des entreprises afin d'assurer une meilleure transition de leurs apprenants après l'obtention de leurs diplômes vers la vie active.

Toutefois, soulignons que ces conventions restent rares et n'offrent aucune garantie dans le temps. C'est ce que confirme d'ailleurs Paul Zane Pilzer dans sa citation :

« Dans notre monde actuel, travailler pour soi est la meilleure décision à prendre car les entreprises nous font de plus en plus de propositions risquées ».

Il est donc nécessaire de faire observer que le système éducatif dans son ensemble est resté trop académique et statique. Les programmes et les orientations n'ont pas connu d'améliorations significatives depuis des décennies, alors que le monde connaît constamment de profondes mutations.

En attendant que le système éducatif connaisse une réelle révolution, enseignant les méthodes et principes offrant de vraies perspectives de création de la richesse autres que le salariat ; tenant réellement compte de l'environnement socioéconomique, des compétences, capacités, facultés et aspirations de chaque apprenant ... ; la jeunesse doit prendre conscience de deux choses essentielles :

- les diplômes ne nous garantissent pas un avenir certain, même si ces derniers peuvent valablement participer à notre réussite ;
- l'Etat est malheureusement « *essoufflé* » il y a long- temps, et ne peut faire des miracles pour la réussite individuelle de toute la population.

Quoi de plus peut-on espérer d'un Etat qui assure la sécurité de la population, développe les infrastructures routières, aéroportuaires et portuaires pour une meilleure circulation des hommes et des biens, investit dans la santé et dans l'alphabétisation de la population ?

Rien de plus à mon avis.

Mieux encore, nous sommes entourés d'opportunités de toutes sortes que nous pouvons développer aisément grâce aux différents moyens d'information et de communication dont nous disposons aujourd'hui à l'instar de l'internet, pour créer de la richesse et vivre nos rêves, tout en participant au développement de l'économie de nos pays, induisant la réduction du chômage, de la dépendance et de l'asservissement, du taux du banditisme, de la criminalité, de la prostitution, etc., et tout ceci avec ou sans diplôme.

CHAPITRE 04

CE QUE L'ÉCOLE A OUBLIÉ DE NOUS PRÉCISER

« Si vous pensez que l'éducation coûte cher, essayez
l'ignorance »

(Derek Bok – Avocat, ancien président de l'université Harvard)



Nous connaissons tous le schéma classique de l'étudiant parfait, à qui le système a appris durant des années comment:

- réviser ses cours et faire les devoirs ;
- rédiger son mémoire pour obtenir ses diplômes ;
- écrire des lettres de stages ;
- écrire des demandes d'emploi ;
- répondre aux offres d'emploi ...

Dans les conditions normales, ce schéma ne devrait poser aucun problème.

Cependant,

- L'école n'a-t-elle pas oublié de nous préciser que le système éducatif produit tous les ans, des milliers de diplômés en droit, comptabilité, géographie, secrétariat, assurance ... et que parallèlement, à peine quinze pour cent (15%) trouveront un emploi lié à leurs diplômes dans les cinq ans qui suivent ?
- L'école n'a-t-elle pas oublié de nous préciser que l'État est dans l'impossibilité de créer autant de postes dans la fonction publique pour absorber toute la masse de jeunes diplômés qui sortent des écoles et universités (*privées et publiques*) chaque année ?

- L'école n'a-t-elle pas oublié de nous préciser ce qu'il faut faire lorsque nos demandes de stage et d'emploi sont infructueuses ?
- L'école n'aurait-elle pas dû nous enseigner des programmes de création d'emploi et de la prospérité financière en phase avec la globalisation ?

Il est évident que l'école a oublié de nous fournir le manuel de la vie après les diplômes ; elle a incontestablement oublié de joindre une roue secours à nos diplômes.

CHAPITRE 05

LA VÉRITÉ QUI A CHANGÉ MA FAÇON DE VOIR LES CHOSES

« L'ignorance coûte plus cher que les matériels »

(Alexandre Ribeau)



Un après-midi de l'an deux mille (2000), quand j'étais encore en classe de la Terminale, mon ami GBEZO Vital, béninois résidant à Kent (*Angleterre*) m'a envoyé la photo de sa voiture, une Bentley customisée qui semblait charme et classe. Pure merveille.

Depuis lors, j'ai développé une passion pour les belles voitures, en plus d'un autre rêve à l'époque, celui de construire une belle villa avant mes quarante ans.

Pour ce, je savais qu'il me fallait un plan.

Je me faisais à l'idée qu'il me suffisait d'obtenir mon Brevet de Technicien Supérieur (*BTS*) en communication, puis travailler quelques années dans une agence de communication afin de rassembler les fonds nécessaires pour acheter ma voiture de rêve, puis financer la construction de ma villa.

Plus tard, je devrais pouvoir épargner suffisamment d'argent pour voyager et découvrir le monde, parce que m'avait-on dit, le métier de la communication (*publicitaire*) paie bien ; tout ce qu'il fallait, c'est d'obtenir mon diplôme, trouver un emploi, et bonjour le Paradis !

Seulement, le jour où j'ai découvert la vérité, je m'étais immédiatement rendu à l'évidence que tout ce que je planifiais réaliser avec mon (*futur*) salaire n'était que des « **souhais** », pour ne pas dire des illusions.

Cette vérité, que beaucoup ignorent encore, est que tout ce que nous planifions réaliser (*acheter une voiture, construire une maison, voyager ...*) se fera non pas avec notre revenu (salaire), mais avec notre **épargne**.

▪ L'épargne

Selon le dictionnaire Larousse, « ***L'épargne est la partie non consommée du revenu d'un agent économique, utilisée pour constituer un capital*** ».

Epargner consiste donc à « ***mettre en réserve une somme d'argent qu'on ne dépense pas.*** »

Or, pour épargner, il faut avoir un revenu, un revenu supérieur aux **charges** (*dépenses*).

Aujourd'hui, plusieurs sources de revenus s'offrent à nous. Mais pour vous épargner d'un cours d'économie, parlons simplement du salariat, puisque c'est à ça que l'école nous a bien préparés : Diplôme => Emploi => Salaire.

▪ Le salaire

Le salaire est la contrepartie financière équivalente à la quantité du temps qu'un employé met au service d'une autre per- sonne (*employeur*).

En d'autres termes, plus vous voulez gagner d'argent, plus vous devez mettre votre temps au service de quelqu'un ; ce qui n'est pas une mauvaise chose en soi.

Cependant, en y pensant un peu, vous vous rendrez compte que vous ne disposez pas plus que vingt-quatre (24) heures dans une journée.

Ce qui signifie qu'en tant que salarié, votre meilleur salaire équivaldra à la contrepartie financière d'un maximum de vingt-quatre (24) heures de votre journée au service d'autres personnes.

Déduction faite, les gains que vous pouvez tirer du temps que vous mettez à la disposition des autres pour avoir un salaire sont limités, sinon très limités, alors que vos besoins, charges personnelles et autres responsabilités (*loyer, carburant, taxi, factures d'électricité et d'eau, habillement, nourriture, communication, santé, frais de scolarité des enfants ...*) ne connaissent aucune limite.

En exemple, si une heure de travail vous rapporte mille (1.000) Francs CFA, alors il vous faut travailler vingt-quatre (24) heures par jour (*dans un monde imaginaire évidemment*) pour gagner un salaire de vingt-quatre mille (24.000) Francs CFA par jour, soit un salaire mensuel maximal de sept cent vingt mille (720.000) Francs CFA.

Même en supposant que vous gagnez effectivement sept cent vingt mille (720.000) Francs CFA par mois, il vous sera difficile de pouvoir acheter une voiture de cinq millions en cinq (05) ans de travail non-stop, estimant que vous épargnez 20% de votre salaire (144,000 Francs CFA).

Voici une simulation qui vous expose la durée d'épargne qu'il vous faut pour réaliser un certain nombre de choses en comptant sur votre salaire (*ayant très peu de perspectives d'évolution*) :

OBJECTIF	ÉPARGNE MENSUEL	NBR. DE MOIS	NBR. D'ANNÉES
5.000.000	144.000	35	3
	50.000	100	9
	25.000	200	18
	10.000	500	42
	5.000	1,000	84

Exemple 1:

- A supposer que vous souhaitez acheter une voiture d'une valeur de cinq millions (5.000.000) de Francs CFA, comptant sur votre épargne de dix mille (10.000) Francs CFA par mois, il vous faut alors épargner pendant quarante-deux (42) ans.

Exemple 2:

- A supposer que vous voulez construire votre maison d'une valeur totale de vingt millions (20.000.000) de Francs CFA, comptant sur votre épargne de vingt-cinq mille (25.000) Francs CFA par mois, il vous faut alors épargner pendant soixante-sept (67) ans.

Maintenant, voulez-vous bien répondre sincèrement aux questions suivantes ?

- Quel âge avez-vous actuellement ?
- Combien gagnez-vous comme revenus tous les mois ?
- Combien arrivez-vous à épargner chaque mois ?
- Combien avez-vous déjà pu épargner ?
- Avez-vous déjà acheté votre voiture ? Construit votre maison ?

Si la réponse est non, alors je vous exhorte de prendre un papier et un stylo pour faire l'exercice suivant :

Exercice sur mon épargne

1. J'ai un revenu et j'épargne en moyenne chaque mois: *(épargne que vous ne touchez pas, quoi qu'il arrive)*

_____ FCFA

2. La voiture que je souhaite acheter coûte environ:
(Pour vous donner une idée, une TOYOTA 5 places, pas neuve mais en bon état coûte en moyenne trois millions (3.000.000) de Francs CFA)

_____ FCFA

Divisez le coût de la voiture par le montant de votre épargne au point un (1) de cet exercice. Vous obtenez ainsi le nombre de mois d'épargne nécessaire pour acheter votre voiture. Divisez le résultat obtenu par douze (12) pour savoir après combien d'années d'épargne vous pourrez acheter votre voiture.

3. Dans les conditions actuelles je pourrai acheter ma voiture seulement après _____ ans d'épargne.

Maintenant que vous connaissez le nombre d'années d'épargne qu'il vous faut pour acheter votre voiture en comptant sur votre épargne (*estimant que vous arrivez à épargner le même montant tous les mois*), faites le même exercice pour tout ce que vous souhaitez réaliser (*acheter un terrain, construire une maison, offrir une moto à votre enfant ...*).

Loin de vous effrayer, cet exercice a pour but de vous faire prendre conscience de votre situation actuelle, tout comme celle de milliers de personnes autour de vous qui nourrissent d'espoir leurs rêves et projets sans être en mesure de savoir si elles pourront réellement les réaliser un jour.

A supposer que vous vous retrouvez dans le même cas, est-ce pour autant dire que vous êtes condamné(e) à ne jamais réaliser vos rêves ?

Absolument pas !

Obtenir un diplôme pour décrocher un emploi et vivre du salaire, c'est ce que l'école nous apprend.

Cependant, sur expériences, je peux vous garantir qu'il existe d'autres sources de revenus plus « **extraordinaires** » que le salariat pour gagner convenablement sa vie, parmi lesquelles le « **marketing relationnel** », sur lequel nous nous attarderons plus loin.

CHAPITRE 06

LES TROIS VIRUS QUI VOUS EMPÊCHENT DE DEVENIR RICHE

« C'est en apprenant que l'on mesure son ignorance »

(Lao She)



A quoi servent tous ces efforts et sacrifices que nous faisons tous les jours si ce n'est pour nous libérer financièrement ?

Etudiants, salariés ou entrepreneurs indépendants, notre combat quotidien est de produire de la richesse pour réaliser nos rêves ou nos projets : **obtenir un diplôme, acheter un ordinateur portable, une voiture, construire une maison, ouvrir une boutique, financer les études ...**

Cependant, trois facteurs principaux sont considérés comme « *les virus* » qui nous empêchent de devenir riches sans en être conscients : le syndrome du diplôme et du salariat, la règle du 10/90 et la navigation à l'aveuglette.

1. Le syndrome du diplôme et du salariat

Il est évident que si vous étudiez la médecine, il devrait vous être plus facile de faire carrière dans le domaine médical.

De même pour quelqu'un qui étudie le droit, il lui serait plus facile d'évoluer dans le domaine juridique.

Cependant, passer toute votre vie à postuler pour un poste de secrétariat parce que vous avez obtenu un diplôme en secrétariat est une grave erreur.

Nombreux sont ceux qui aujourd'hui se considèrent chômeurs, parce que après des mois voire des années de recherche d'un poste de comptabilité, ils ne sont toujours pas engagés comme comptable ; et ils continuent par parcourir toutes les offres d'emploi, par envoyer des dizaines de demandes d'emploi pour espérer devenir comptable : c'est ce que j'appelle le « **Syndrome du diplôme** ».

Demandez-vous combien de secrétaires ou de comptables une entreprise peut engager ; combien de nouvelles entreprises se créent chaque année ? Allez-vous continuer par attendre jusqu'à ce qu'une nouvelle entreprise se crée pour vous recruter ?

Le chômage est une réalité, mais pas une fatalité.

La réussite, celle qui vous permet de réaliser vos rêves dans le monde d'aujourd'hui ne dépend plus de votre diplôme, même si ce dernier peut y contribuer.

Non seulement vous pouvez réussir dans n'importe quel domaine si vous le voulez, mais en plus il existe tellement de possibilités et d'opportunités que vous n'avez plus le droit de vivre la vie ou d'exercer le métier qui ne vous passionne pas.

- Pourquoi vous accrochez-vous tant à votre diplôme alors que vous pouvez bien le mettre de côté pour essayer autre chose et vivre convenablement votre vie ?
- Malgré toute la frustration, pourquoi avez-vous si peur de ne plus trouver un autre emploi en quittant celui que vous avez actuellement ?
- Avec toutes vos potentialités inexploitées, pourquoi pensez-vous que votre salaire actuel vous met à l'abri, alors que vous pouvez devenir un entrepreneur indépendant à succès qui inspire les autres ?

Cherchez au plus profond de vous ce que vous aimez réellement faire, ce qui vous passionne et que vous accepteriez faire sans être rémunéré. C'est ce que vous devriez faire.

Peu importe votre diplôme ou niveau d'études, chômeur ou salarié « **satisfait** », entrepreneur indépendant ..., vous pouvez toujours mieux vous réaliser en essayant quelque chose de nouveau.

Pour citer mon exemple, j'ai reçu une formation en secrétariat bureautique au lycée. Plus tard, j'obtins un brevet de technicien supérieur (*BTS*) en communication d'entreprise, avec une spécialisation en publicité grand media, suivi de divers stages.

Ayant rapidement compris les conséquences dévastatrices du « **syndrome du diplôme** », j'ai rapidement exploré d'autres options que je ne regrette pas du tout aujourd'hui.

Professeur de lycée pendant trois (3) ans, je me suis rapidement mis à la programmation web (*autodidacte*) avant de décrocher un poste de développeur senior dans une entreprise anglaise basée à Accra en décembre 2006.

Cinq ans plus tard, malgré un salaire de mille cinquante Dollar par mois, je m'étais rendu à l'évidence que j'étais encore loin de réaliser mes rêves avec ce que j'arrivais à peine à épargner d'un tel salaire à la fin du mois.

Je n'ai donc pas hésité à saisir la première opportunité en marketing relationnel qui m'était tout nouveau à l'époque.

Aujourd'hui, je prends grand plaisir à programmer et à donner des formations et des conférences, tout en prenant part activement à la promotion de l'industrie du marketing relationnel ; et croyez-moi, je ne suis pas prêt de changer de manteau si tôt.

2. La règle du 10/90

L'épargne étant définie comme « ***la partie du revenu non consommée*** », elle est considérée comme le **début du processus d'enrichissement** et de financement de nos projets.

En d'autres termes, il vous sera impossible de réaliser vos projets (*acheter une voiture, construire votre maison ...*) sans **épargne**.

En général, vous devez disposer d'un « ***compte épargne*** » dans une banque ou dans une micro-finance sur lequel vous déposez systématiquement **dix pour cent (10%)** de vos revenus (*salaire, pension, allocation, commissions ...*), quel que soit le montant.

J'ai personnellement espéré pendant de nombreuses années « ***décrocher le gros lot*** », un gros contrat du jour au lendemain pour réaliser mes projets ; j'ai espéré qu'un miracle allait se produire dans ma vie du jour au lendemain pour me permettre de me libérer financièrement.

Mais en réalité, j'ai finalement compris que le premier pas vers la liberté financière commence par ce que nous arrivons à mettre de côté chaque mois, pouvant nous permettre de réaliser ou financer nos projets et non ce que nous gagnons.

Au cas où vous ignorez l'existence de cette règle ou simplement vous ne l'appliquez pas dans les faits, vous devez vous considérer comme atteint(e) du virus de la règle 10/90 et prendre immédiatement les dispositions nécessaires.

Si vous ne disposez pas encore d'un compte épargne à la banque ou dans une micro finance, vous devez en créer un immédiatement et vous auto-discipliner pour y déposer dix pour cent (10%) de ce que vous gagnez à travers vos différentes sources de revenus.

Notez qu'il s'agit d'un compte épargne et non d'un compte courant. Disciplinez-vous à ne pas y déposer une somme aujourd'hui et aller la retirer le lendemain.

3. La navigation à l'aveuglette

Considérez le tableau de bord d'une voiture.

Loin d'être un assortiment de décoration, l'objectif premier du tableau de bord est de permettre au chauffeur de connaître en temps réel, la santé de sa voiture : **le niveau de carburant dans le réservoir, la vitesse à laquelle roule la voiture, la température du moteur ...**

En prenant connaissance des informations que le tableau de bord affiche, le chauffeur sera en mesure de prendre à temps les dispositions appropriées (*réduire la vitesse, accélérer, s'arrêter pour faire le plein du réservoir ...*) afin d'arriver à destination sans embrouille.

Malheureusement, vous avez peut-être une fois croisé un chauffeur en « **panne sèche** », simplement parce qu'il n'avait pas suivi les indications du tableau de bord de sa voiture, ou simplement celui-ci ne fonctionnait pas pour lui communiquer les informations dont il a besoin.

En d'autres termes, conduire une voiture en ignorant les indications du tableau de bord est le meilleur moyen de s'attirer beaucoup d'ennuis que vous ne pouvez imaginer.

En ce qui nous concerne en tant qu'êtres humains, nous ne sommes malheureusement pas dotés d'un tableau de bord à la naissance, tout comme l'école ne nous fournit pas le manuel pour créer de la richesse.

Cependant, la bonne nouvelle est que toute personne qui souhaite avoir du succès peut, et doit construire son propre tableau de bord en commençant par la détermination de son indice de réalisation (iR).

Il s'agit essentiellement de **maîtriser ses dépenses par rapport à ses revenus**.

Le plus souvent, nous avons une idée précise de combien nous gagnons en terme de revenus mensuels, mais ignorons complètement la valeur de nos charges durant le mois.

Si tel est votre cas, sachez que vous naviguez à l'aveuglette, à l'image du chauffeur conduisant une voiture sans tableau de bord ; et croyez-moi, ne pas savoir combien vous dépensez tous les mois est le premier facteur qui vous empêche de prospérer.

Dans le dernier chapitre de ce livre, je vous montre comment faire un diagnostic personnel de votre situation actuelle pour vous permettre de prendre conscience de vos états financiers, et décider résolument de changer votre vie, en suivant les instructions suggérées.

CHAPITRE 07

LE MARKETING RELATIONNEL

« Dans notre monde actuel, travailler pour soi et la meilleure décision à prendre car les entreprises nous font de plus en plus de propositions risquées »

(Paul Zane Pilzer)



Depuis plus d'une vingtaine d'années, l'industrie du marketing relationnel fait parler d'elle comme étant le secteur qui génère les plus gros chiffres d'affaires dans le monde comme nous le confirme le tableau comparatif suivant :

Industrie	Chiffres d'Affaires (2013)
Marketing relationnel	178 milliards de Dollar US
Agro-alimentaire	90 milliards de Dollar US
Cinéma	88 milliards de Dollar US
Jeux vidéo	76 milliards de Dollar US
Musique	15 milliards de Dollar US

Remarquons cependant que beaucoup interprètent mal ou ignorent simplement ce qu'est réellement le marketing relationnel et tout ce qu'ils peuvent réaliser avec leurs potentiels dans cette industrie.

α. Définition et fonctionnement

« Le marketing relationnel est un modèle de distribution basé sur la vente directe de produits et services, c'est-à-dire de l'usine aux consommateurs finaux sans intermédiaire. Ces derniers sont récompensés par la compagnie pour leur propre consommation et leur travail de recommandation selon un plan de rémunération bien défini ».

Loin de vouloir vous compliquer la vie avec cette longue définition, je traduirai le marketing relationnel comme ceci:

« Consommez un produit ou un service; etsi vous êtes convaincu de son efficacité, alors recommandez sa consommation à d'autres personnes autour de vous pour être récompensé».

C'est d'ailleurs un mécanisme auquel nous sommes tous déjà habitués, sans pour autant être récompensés.

Vous est-il déjà arrivé qu'un ami vous dise : « **Humm, j'ai une faim de loup** »; et sans hésiter, vous dites : « **Je connais un coin très sympa, chez Maman J'ai Faim. Elle prépare du bon Fufu. Faisons-y un tour** ».

Ou encore, c'est votre copine qui vous dit : « **Alice, j'adore ta nouvelle robe. Où est-ce que tu l'as achetée ?** » Et vous lui dites : « **Je l'ai achetée dans la boutique Nouvelles Générations, derrière le collège Futur Simple** ».

Si quelque chose de ce genre vous est déjà arrivée, alors sachez que vous avez fait du marketing relationnel sans le savoir. Vous avez simplement recommandé de nouveaux consommateurs (*clients*) à « **Maman J'ai faim** » ou à la boutique « **Nouvelles Générations** », seulement sans être récompensé.

Maintenant, imaginez que « **Maman J'ai faim** » vous propose ceci :

« Je vois que vous venez manger ici souvent. Je vous propose de recommander à vos amis de venir manger chez moi. Et à chaque fois qu'un de vos amis vient manger, je vous réserve deux cent (200) Francs CFA. En fin de semaine, vous pourrez passer manger gratuitement un bon plat de Fufu ou prendre tout l'argent que je vous aurai mis de côté sur les recommandations de vos amis ».

Que feriez-vous ?

Diriez-vous non à « ***Maman J'ai Faim*** » ? Combien de vos amis seriez-vous en mesure de recommander pour aller manger chez « ***Maman J'ai faim*** » ?

Je parie que vous allez recommander autant d'amis que vous en avez, surtout que vous n'aurez à recommander vos amis qu'une seule fois. Les prochaines fois, ils iront manger tout seuls chez « ***Maman J'ai faim*** » qui continuera de mettre systématiquement les deux cent (200) Frans CFA de côté pour vous.

En d'autres termes, vous faites de la publicité à « ***Maman J'ai Faim*** » à travers le « ***bouche-à-oreille*** » une seule fois pour avoir des gains sur une durée illimitée ; et ça fonctionne !

C'est ça le sens réel du marketing relationnel.

Retenez qu'il ne s'agit pas de vous transformer en un agent commercial ; mais le principe est de consommer un produit ou un service dont vous avez besoin, et lorsque vous êtes satisfait, recommandez-le à ceux qui ont besoin du même service ou produit afin d'être récompensé.

Beaucoup d'entreprises ont compris que ce principe du « *bouche-à-oreille* » produit plus de résultats que toutes les autres formes de publicité, car vos amis, parents, relations ... vous croient sur parole ; ils ont plus confiance quand c'est vous qui leur dites que tel produit ou tel service est bon ; en plus, ils ne voudront pas vous dire « *non* » pour vous décevoir, et vous non plus ne voudrez pas leur conseiller un produit de mauvaise qualité pour perdre leur confiance n'est-ce pas ?

Mais voyez-vous, si aujourd'hui des gens brassent des millions de Dollar chaque année dans le marketing relationnel, même en Afrique, c'est sûrement parce que ce dernier ne se résume plus au simple fait de recommander ; le marketing relationnel est devenu un métier, une profession à part entière qui peut vous rapporter bien au-delà de votre imagination.

D'aucuns pensent qu'ils ne disposent pas suffisamment des compétences pour se lancer dans le marketing relationnel ou que ce dernier est très contraignant ; je peux vous assurer que c'est exactement le contraire.

Vous décidez volontairement de signer un contrat d'affili-partenariat avec des sociétés qui offrent des opportunités en marketing relationnel, afin de recommander leurs produits ou services à d'autres personnes qui en ont besoin pour être ré-compensés. Aussi simple que ça.

Selon vos occupations actuelles, vous pouvez décider d'accorder seulement quelques heures par semaine au départ à cette activité de recommandation et apprécier graduellement le résultat ; c'est justement l'un des avantages pour lequel vous devez vous lancer dans le marketing relationnel : vous travaillez à votre rythme.

S'affilier à une compagnie en marketing relationnel ne signifie pas devenir agent commercial ou vendeur de la société.

Vous ne vendez rien. Votre rôle est de parler et recommander le produit ou le service de la société à vos amis et relations qui en ont besoin.

b. Dix raisons pour vous lancer dans le marketing relationnel

1. Pour recommander un produit ou un service à vos amis et relations, vous n'avez besoin d'aucun diplôme ; pas de stage, pas d'interview. Il est cependant important de vous former afin de bien maîtriser le produit ou le service, et surtout d'en être convaincu.
2. Contrairement à un emploi salarié, le marketing relationnel vous donne la latitude de vous organiser à votre rythme ; vous devenez un entrepreneur indépendant pouvant vous accorder le temps nécessaire dont vous avez besoin et quand vous en avez besoin pour voyager, apprécier la vie entouré de ceux qui vous sont chers ...
3. Vous pouvez démarrer une opportunité en marketing relationnel presque sans frais (*pas de loyer à payer, pas de factures, vous n'avez pas besoin d'engager une secrétaire ou un comptable ...*), pour en faire progressivement votre propre entreprise.

4. Le marketing relationnel vous offre l'occasion d'entrer en contact avec des gens formidables de divers horizons que vous n'auriez jamais l'occasion de croiser en travaillant comme salarié dans un bureau par exemple.
5. C'est vous qui fixez la limite de vos gains en marketing relationnel. En effet, contrairement à un emploi qui vous rapporte un salaire fixe équivalant au nombre d'heures de travail que vous mettez au service de quelqu'un, le marketing relationnel vous donne la possibilité de construire et de faire évoluer une équipe solide à travers toute la planète, pouvant vous engendrer des revenus importants qui évoluent tous les mois, sans limite.
6. Oui, le marketing relationnel ne vous garantit non plus une réussite immédiate et certaine ; cependant, vos possibilités et potentialités de réussite en marketing relationnel sont très enlevées, puisqu'il s'agit d'un travail de solidarité en équipe. Même si individuellement vous n'arrivez pas à progresser, la réussite des membres de votre équipe participe à la vôtre ; il s'agit de l'effet de levier.

7. Vous avez la possibilité de changer et de sauver des vies.

En effet, lorsque vous développez une opportunité qui offre un produit ou un service efficace basée sur un idéal, vous serez surpris de voir le nombre de vies que vous pouvez changer, simplement en leur apportant votre opportunité.

8. Vous disposez d'un flux de revenus en continue.
En marketing relationnel, vous n'avez pas besoin d'attendre la fin du mois pour toucher un salaire. Vos gains se dégagent sur une base journalière ou hebdomadaire ; ce qui vous permet de ne pas être à court d'argent tout au long du mois.

9. Vos efforts de prospection ne se font qu'une seule fois, alors que les retombées demeureront tant que vos partenaires continuent par consommer le produit ou le service.

10. Le marketing relationnel a montré ses preuves en termes d'absorption du chômage et de création de la richesse sur tous les continents.

Le marketing relationnel, c'est l'avenir.

Des noms comme Robert Kiyosaki, Donald Trump, Eric Worre, Warren Buffet, Jim Rohn... méritent d'être cités pour avoir bâti une bonne partie de leurs fortunes sur le marketing relationnel, aujourd'hui estimées à des dizaines de millions de Dollar.

Voilà dix raisons qui devraient vous motiver à vous engager dans le marketing relationnel si ce n'est pas encore le cas, sinon renforcer votre conviction si vous êtes déjà adepte de ce métier passionnant.

CHAPITRE 08

DIX ÉTAPES POUR CRÉER ET DÉVELOPPER VOTRE ENTREPRISE EN MARKETING RELATIONNEL POUR VOUS LIBÉRER FINANCIÈREMENT

« Le Marketing Relationnel a prouvé qu'il est une source
de revenu viable et gratifiante, il y a de nombreuses
preuves de succès »

(Donald Trump)



Beaucoup l'ignorent, mais s'engager dans le marketing relationnel en tant qu'affilié ne demande pas plus qu'une réelle volonté. Vous n'avez pas besoin d'aller au registre du commerce pour avoir une autorisation d'installation, ni de louer un local ou encore d'engager tout un tas d'employés.

La création de votre entreprise en marketing relationnel commence par l'identification d'une opportunité autour d'un idéal bien précis.

1. Identifier et adopter la meilleure opportunité pour vous en marketing relationnel autour d'un idéal

La plus grande erreur que font les débutants en marketing relationnel est de se jeter sur une opportunité, soit disant parce qu'on y gagne beaucoup d'argent. Ne commettez jamais cette erreur.

Sachez que l'argent, c'est le fruit du travail, le travail bien fait.

Pour vous engager avec une compagnie en marketing relationnel, vous devez vous poser deux questions essentielles :

Quel objectif poursuit l'opportunité ?

- ◆ Quelle solution concrète apporte le produit ou le service aux consommateurs ?
- ◆ A quel besoin concret répond le produit ou le service ?

Qu'est-ce que je peux faire avec cette opportunité ?

- ◆ Les femmes de mon village souffrent de ou ont des difficultés à En leur apportant cette opportunité, elles pourront désormais
- ◆ Je voudrais équiper la chorale de mon village ; en recommandant ce produit ou ce service à une personne par jour, cela me permettra de ...

En fait, l'idéal autour duquel votre opportunité doit se concentrer constitue la motivation première qui vous anime tous les matins quand vous vous réveillez, tous les soirs quand vous allez au lit ; mais cette motivation ne doit pas se résumer aux gains financiers personnels que vous pouvez tirer de l'opportunité.

La motivation première doit être la fierté que vous tirez de l'opportunité, la satisfaction qu'elle vous procure lorsque vous apportez la solution à ceux qui sont dans le besoin.

Vos gains financiers personnels ne sont que le résultat des actions que vous menez dans la dynamique de l'idéal que pour- suit l'opportunité.

La meilleure opportunité pour vous est celle qui offre un produit ou un service autour d'un idéal dans lequel vous retrouvez, offrant un marché potentiellement grand et accessible à vous.

2. Distinguer le vrai du faux : attention au Ponzi

Il faut reconnaître qu'en marketing relationnel, tout n'est pas rose. Beaucoup connaissent des déceptions et des désillusions pour diverses raisons :

- manque de formation et d'information ;
- manque d'analyse et de discernement ;
- manque d'objectivité et d'idéal ;
- recherche excessive de profit personnel ...

Pour ne pas tomber dans la désillusion, la base de votre réussite dans le marketing relationnel doit se reposer sur la promotion d'une « **vraie** » opportunité. Vous devez faire attention pour ne pas vous embarquer dans des opportunités fallacieuses sans substance basées sur un système pyramidal, aussi qualifiées de système Ponzi.

En faisant la promotion d'une opportunité à caractère Ponzi, vous risquez de perdre de l'argent, gaspiller votre énergie et surtout y entraîner vos relations qui vont le regretter plus tard ; et vous en paierez le prix fort.

Evitez de vous impliquer dans des systèmes pyramidaux pour préserver votre image et vos relations

Contrairement à ce que d'aucuns croient, un système n'est pas pyramidal simplement parce que sa structure ressemble à une pyramide, c'est-à-dire un sommet rétréci et une base élargie.

Cependant, nous qualifierons un système de pyramidal lorsqu'il présente une opportunité dont la rémunération des membres existants est basée uniquement ou essentiellement sur les droits d'entrée (*frais d'inscription*) des nouveaux adhérents.

Rappelons que le plus souvent, ce genre d'opportunité est voué à l'échec et ne dure pas dans le temps car le système disparaîtra lorsqu'il n'y a plus de nouveaux adhérents pour l'alimenter.

Remarquons que les opportunités basées sur le système pyramidal promettent des gains miraculeux et rapides pour jouer sur le mental des membres et prospects, mais en réalité elles ne créent aucune richesse car, l'argent partagé dans le système provient uniquement des frais d'inscription des nouveaux adhérents ; il s'agit simplement d'un transfert d'argent d'une main à l'autre.

Remarquons enfin que les systèmes pyramidaux sont illégaux et interdits par la loi ; les promoteurs, tôt ou tard seront poursuivis.

Quelques critères pour identifier une opportunité basée sur un système Pyramidal

- L'opportunité ne présente aucun idéal. Souvent, il est simplement question de s'inscrire, et « **recruter** » un certain nombre de personnes et c'est tout.
- Ces opportunités portent la plupart du temps les connotations : investissement, tontine en ligne, financement, dons sociaux évoluant en forme d'ONG, System Cloud, paiement membre à membre
- Absence de produits ou de services concrets, assortie d'impossibilité de récupérer votre argent « **investi** ».
- Même si l'opportunité offre un produit ou un service, ce dernier est sans valeur réelle et n'offre pas un marché potentiel.
- Vos gains sont basés uniquement ou essentiellement sur les droits d'entrée de nouveaux membres.
- La recommandation de produits ou services, s'ils existent, est accessoire. En d'autres termes, pas de nouveaux inscrits, pas de gains !
- L'activité ralentit et disparaît lorsqu'il n'y a plus de nouvelles adhésions.

Je me dois attirer votre attention sur le fait qu'il est très dangereux de participer à la promotion des systèmes Ponzi, car même si vous arrivez à récupérer votre « ***investissement*** », il est fort probable que les membres de votre équipe (*amis et relations*) n'auront pas la même chance que vous au moment où l'opportunité faiblira ou disparaîtra.

Lorsqu'une telle situation se produit, vous vous retrouvez tout seul dans le meilleur de cas, sinon vos amis et relations se retourneront contre vous pour récupérer ce qu'ils ont perdu, vous qualifiant d'escroc ou d'arnaqueur.

Votre image et votre crédibilité prendront un coup dur.

Faites alors énormément attention pour ne pas induire vos amis en erreur, car vous avez besoin de vos relations pour développer une équipe solide en marketing relationnel pour créer de la richesse sur le long terme. Ne laissez donc pas les gains immédiats apparents que promettent ces genres d'opportunités dénudées de substance vous entraîner dans des situations dévastatrices et irréparables.

3. Maîtrisez votre opportunité car votre crédibilité en dépend

Avant de signer un contrat d'affili-partenariat avec une entreprise en marketing relationnel et vous lancer dans sa promotion, il est primordial de vous documenter et vous former pour bien cerner certains éléments indispensables :

- Cherchez à connaître sur quelle base légale l'entreprise fonctionne. A-t-elle un siège social ? Une autorisation d'opérer ? Le produit ou le service, est-il légal ?
- Testez vous-mêmes le produit ou le service que vous souhaitez recommander. Cette étape vous permet de vous assurer de l'efficacité du produit ou du service et des effets secondaires éventuels.
- Documentez-vous sur les différents ingrédients du produit afin de les maîtriser, le rôle que joue chaque composante.

Il ne s'agit pas pour vous de devenir un expert dans le domaine, mais la connaissance du produit ou du service vous permettra de pouvoir savoir exactement à qui le proposer et surtout, répondre aux éventuelles questions que vous poseront les prospects. Vous aurez du mal à convaincre un prospect qui sent que vous ne maîtrisez pas votre opportunité.

4. Utilisez le vocabulaire approprié au marketing relationnel pour faire la différence

A l'image d'un enfant à qui la maman a appris à poser les premiers pas et prononcer les premiers mots, nous avons découvert et pratiqué le marketing relationnel tel qu'on nous l'a présenté depuis le premier jour, sans en connaître les fondements.

Nombreux en effet ignorent non seulement la signification des mots et expressions utilisés en marketing relationnel, mais surtout ne se rendent pas compte que l'utilisation régulière de ces mots et expressions, qui ont un puissant pouvoir vibratoire, les conditionnent sur le plan psychologique, se traduisant dans leur vie de tous les jours.

D'aucuns affirmeront le contraire ou minimiseront l'importance de l'utilisation d'un vocabulaire approprié au marketing relationnel et préféreront vous laisser dans l'ignorance, tant que ça les arrange.

C'est ainsi que vous remarquerez dans les formations et présentations de certaines grandes compagnies en marketing relationnel, dans des vidéos de formation de certains « ***grands leaders*** », l'usage fréquent de certains mots et expressions n'ayant aucun lien avec le marketing relationnel mais pouvant vous « ***conditionner*** » inconsciemment à leur profit au détriment de votre réussite.

Aujourd'hui, débutants ou professionnels en marketing relationnel, nous devons tous nous employer à corriger notre langage et utiliser les mots et expressions appropriés au marketing relationnel.

Non seulement l'utilisation d'un langage approprié nous orientera dans la bonne direction, celle de la réussite, mais également affichera notre degré de maturité et de professionnalisme nous permettant de nous faire respecter dans cette industrie.

Je vous livre ici une liste non exhaustive des mots et expressions de base que vous devez maîtriser et utiliser :

MLM

Expression anglaise (*Multi-Level Marketing*), nous pouvons la traduire littéralement en français par « **Marketing Multi Niveau** ».

D'aucuns diront le marketing de réseau (*Network Marketing*) ; ce qui n'est pas faux.

Mais en se référant à sa définition en début de ce chapitre, il convient de parler de « **Programme basé sur recommandation** » (*Referral Based Program en Anglais*) ou mieux, du « **Marketing Relationnel** », car tout le concept de cette industrie se repose sur le relationnel sans lequel vous ne pourrez avoir du succès.

Affilié ou Affili-partenaire

Un affilié ou un affili-partenaire est un consommateur satisfait d'un produit ou d'un service d'une compagnie en marketing relationnel, qui s'engage volontairement à travers un contrat d'affili-partenariat, à recommander le même produit ou service à d'autres personnes pour être récompensé.

Il est important de noter que ce contrat d'affili-partenariat réussira seulement s'il est basé sur un idéal précis (*apport d'une solution concrète ou d'une valeur ajoutée*).

Prospect

Un prospect est un potentiel consommateur ou un partenaire potentiel à qui vous présentez une opportunité (*c'est-à-dire un produit ou un service*) dont vous êtes vous-mêmes satisfait autour d'un idéal.

Référent ou Parrain

Votre référent est la personne qui vous a présenté une opportunité au tour d'un idéal en marketing relationnel et à laquelle vous avez souscrit.

En vous référant, votre parrain ou référent s'engage à vous former et vous guider pas à pas vers la réalisation de vos objectifs qui contribuent à sa réussite.

Filleul

Un filleul est une personne qui accepte votre opportunité autour d'un idéal et qui a intégré votre équipe, s'engageant à se faire former et suivre vos recommandations en qualité de son référent dans la réalisation de ses objectifs.

Plan de récompenses

Encore connu sous les appellations « **plan de rémunération** » et « **plan marketing** », le plan de récompenses est le schéma directeur bien structuré basé sur une matrice sur laquelle s'appuie une compagnie en marketing relationnel pour ré- compenser ses affili-partenaires.

Le plan de récompenses peut prendre en compte :

- des récompenses matérielles (*des outils de travail, PC, Téléphone Android, Vidéo Projecteur, Voiture, Moto ...*);
- des récompenses financières ;
- des récompenses honorifiques (*voyages, décorations, actions ou parts sociales ...*) ;
- des produits supplémentaires offerts ou des réductions spéciales ...

Pack ou package

Le pack ou le package est la contrepartie matérielle ou immatérielle équivalente que vous recevez lorsque vous souscrivez à un contrat d'affili-partenariat d'une compagnie en marketing relationnel.

Le pack peut contenir un ou un ensemble de produits, des niveaux d'accès, de la documentation, des outils de travail, la formation ...

Autoship

L'autoship est le diminutif de l'expression anglaise « ***Automatic Shipment*** ».

Il s'agit de la commande minimum périodique « ***obligatoire*** » mise en place par une compagnie, pour la consommation personnelle de ses affili-partenaires leur permettant de garder leur statut actif pour bénéficier des différents avantages offerts par le plan de récompenses de la compagnie.

Il est essentiel de préciser que pour être honoré, le contenu et la valeur de l'autoship doivent être raisonnablement fixés pour être accessibles à chaque affili-partenaire.

Avant de vous engager dans la promotion d'une opportunité, assurez-vous de connaître la valeur, le coût et les conditions de mise en application de son autoship afin d'éviter des sur-prises désagréables.

Back-office

Encore appelé « ***bureau virtuel*** », le backoffice est un espace membre privé que vous offre la compagnie à la signature de votre contrat d'affili-partenariat, vous permettant de suivre l'évolution de vos activités dont les recommandations, les commandes, les commissions ou les bonus, les formations...

Le backoffice est souvent accompagné d'un lien partenaire personnalisé vous donnant la possibilité de faire la promotion de l'opportunité en ligne avec aisance.

Signalons qu'aujourd'hui, une « ***confusion inconsciente et involontaire*** » s'est installée dans l'industrie à cause de l'utilisation d'un langage inapproprié au marketing relationnel.

Ceci a pour conséquence le rejet affiché par certains prospects ne se voyant pas se livrer à la vente, à la distribution ou au recrutement pour le compte d'une quelconque compagnie, ne percevant pas l'idéal derrière l'opportunité que vous leur présentez avec un vocabulaire inadéquat.

En exemple, le **partenaire** est remplacé par le **distributeur**.

Rappelons que le distributeur est l'un des acteurs qui intervient dans le modèle du marketing classique, c'est-à-dire dans la vente indirecte. Il achète le produit à un coût donné, majore le prix en tenant compte de ses charges et marges bénéficiaires avant de le revendre.

Vous convenez qu'il est donc inapproprié de désigner les affili-partenaires des compagnies en marketing relationnel par le terme « ***distributeur*** » ou pire « ***vendeur*** ».

Dans la même logique, je vous suggère de faire évoluer votre vocabulaire pour vous distinguer des amateurs en vous inspirant du tableau suivant :

Utiliser	A la place de
Commander ou consommer	Acheter
Marketing relationnel	Marketing de réseau / MLM
Référer	Parrainer / recruter
Recommander	Vendre
Récompenses sur recommandation	Bonus sur vente
Consommation personnelle	Autoship
Affilié / affili-partenaire / partenaire	Distributeur / vendeur

En conclusion, gardez toujours à l'esprit que les mots et les expressions que nous employons dégagent un puissant pouvoir vibratoire et déclenchent des émotions positives ou négatives en toute circonstance.

Ces émotions sont à la base de l'acceptation ou du rejet de l'opportunité que vous présentez à un prospect.

Un rappel de cette citation d'André Breton qui nous dit que
« ***Un mot et tout est sauvé ; un mot et tout est perdu*** »
nous interpelle à utiliser les mots et les expressions
appropriés au marketing relationnel afin d'impacter
positivement notre environnement.

Notez enfin que votre degré de réussite en marketing
relationnel dépend du degré (*efficacité*) de formation que vous
recevez, de même que celui des membres de votre équipe.

En d'autres termes, non seulement il est important de vous
former constamment, mais également vous devez veiller à
ce que les (*futurs*) affili-partenaires de votre équipe soient
également bien formés pour avoir le même niveau de
compréhension de l'opportunité que vous.

Recevoir des formations de qualité de façon répétitive
accélère le développement de votre activité et peut vous
propulser plus rapidement vers le succès.

Si jamais vous laissez les partenaires de votre équipe sans
formation, ils deviendront rapidement le boulet qui
retardera votre évolution.

5. Comment financer la création de votre entreprise en marketing relationnel en tant qu'affili-partenaire

Par financer la création de votre entreprise en marketing relationnel, je fais allusion à l'achat du minimum d'outils et de matériels nécessaires pour démarrer votre activité :

- l'achat d'un ordinateur portable, un téléphone Android disposant d'une bonne autonomie, une clé 3/4 G pour connexion internet, un agenda pour la prise de note ...
- l'acquisition du pack de démarrage ou des échantillons de l'opportunité que vous souhaitez développer (*pour des tests personnels ou pour la prospection*) ;
- la conception et l'impression de cartes de visites, prospectus ...

En ce qui concerne les autres charges (*location de bureau, enseigne, recrutement d'une secrétaire ...*), nous avons précisé plus haut que ce n'est pas nécessaire pour un début en marketing relationnel. Vous pouvez tout piloter seul (*depuis votre chambre*).

Cependant il n'est pas rare qu'en marketing relationnel, des débutants très motivés et intéressés par une opportunité soient confrontés à ce problème crucial de financement de départ :

« *Je suis très intéressé mais je n'ai pas les moyens pour démarrer* ».

Je m'étais moi-même confronté au même problème à plusieurs reprises, ce qui m'avait coûté cher dans certains cas, du fait de n'avoir pas pu saisir l'opportunité au bon moment, faute de moyens.

Mais je parie que vous avez déjà entendu dire : « ***qu'à un problème, il existe un millier de solutions*** » n'est-ce pas ?

Je vous livre ici trois (3) moyens (*que j'ai personnellement expérimentés avec succès*) parmi tant d'autres devant vous permettre de financer le démarrage de votre entreprise en marketing relationnel, si vous êtes réellement motivé :

▪ L'entremise

Par entremise (*dans le présent cas*), on entend la volonté de vous proposer comme « ***négociateur*** » entre un offreur et un demandeur.

L'entremise vous donne donc la latitude d'aller proposer au propriétaire d'un magasin de lui rapporter des clients contre un pourcentage, aussi petit soit-il.

Inversement, observez attentivement votre environnement pour savoir ce dont les gens ont besoin autour de vous. Il vous suffit alors de leur trouver un fournisseur pour toucher votre commission.

Mais attention, il est important de :

- maîtriser le produit ou le service pour lequel vous vous portez entremetteur ;
- ne pas vous substituer au fournisseur. Jouez juste votre rôle d'entremetteur, et laissez le fournisseur s'occuper du reste (*facturation, livraison, installation, suivi ...*).

▪ La méthode « manches courtes »

Lorsque vous décidez réellement d'atteindre un objectif, vous ne devez reculer devant rien ; vous devez surtout laisser votre orgueil de côté et retrousser vos manches !

En fin de l'an deux-mille (2000), j'obtins mon Baccalauréat Deuxième Partie, et je devais m'inscrire dans une université privée pour suivre une formation en communication d'entreprise.

Magnifique n'est-ce pas ?

Seulement, la formation ne coûtait pas moins d'un million (1.000.000) de Francs CFA l'année.

Mes parents n'ayant pas les moyens de m'offrir ce luxe, ma seule alternative était de « **retrousser mes manches** » pour vendre de l'eau, du jus de bissap et du citron pendant les vacances et congés au Port Autonome de Lomé durant toute la période de ma formation soldée par un Brevet de Technicien Supérieur en Communication.

Malgré ma posture de jeune bachelier frimeur, je n'avais pas permis à mon orgueil de prendre le dessus. Je savais que c'était la seule alternative que j'avais pour réunir une partie des frais de la formation et obtenir la faveur de ma grande sœur Lucie.

Aujourd'hui, si vous désirez réellement financer la création de votre entreprise en marketing relationnel en tant qu'affilié afin de vous assurer la liberté financière dans quelques années, je vous suggère de « **retrousser vos manches** » pour vous lancer dans l'une des possibilités suivantes parmi un millier :

- lavage ou entretien de la voiture du voisin ;
- entretien et arrosage de jardins ;
- service de courses au supermarché ou de repassage pour les amis et les voisins ;
- prise de vue (*photographie*) ;
- cours de conduite à domicile ;
- cours de chants ou de piano/guitare.

La réussite a un prix, ne laissez pas votre orgueil prendre le dessus ; quelle que soit l'activité qui puisse vous générer du revenu pour financer la création de votre entreprise, **retroussez vos manches !**

« Vous n'avez rien à perdre en essayant, car le meilleur moyen d'échouer, c'est de ne pas essayer » (*Jenco*).

▪ L'émiettement

L'émiettement est la troisième technique que je vous propose pour financer la création de votre entreprise en marketing relationnel.

Il s'agit par exemple de faire une liste de 10, 20, 50 ou 100 amis et parents à qui vous demandez gentiment de participer au financement de la création de votre entreprise.

Pour exemple : à supposer que vous ayez besoin de deux cent mille (200.000) Francs CFA pour financer le démarrage de votre activité en marketing relationnel.

Au lieu d'appeler votre père ou votre oncle pour lui demander deux cent mille (200.000) Francs CFA, utilisez plutôt la technique de l'émiettement en faisant une liste de cent (100) amis et parents, à qui vous demandez une participation de deux mille (2.000) Francs CFA chacun. Ils trouveront l'effort si dérisoire qu'ils ne se poseront pas de question avant de vous mettre à disposition leurs participations.

Mais attention, en utilisant la technique d'émiettement, vous devez cultiver la patience et la reconnaissance envers tous ceux qui ont participé au financement de la création de votre entreprise.

Pour finir, je vous suggère fortement de ne pas faire recours au prêt (*quelle que soit sa forme*) pour financer la création de votre entreprise en marketing relationnel.

6. Débarrassez-vous des fausses attentes

En débutant votre carrière en marketing relationnel, vous pouvez avoir d'énormes attentes, ce qui est normal.

Cependant, plusieurs peuvent être erronées, pouvant causer votre échec si vous ne les canalisez pas.

En voici quelques-unes que vous devez éviter obligatoirement lorsque vous démarrez une nouvelle activité dans l'industrie du marketing relationnel :

- tout le monde sera intéressé par mon opportunité : *faux !*
- avec cette opportunité, je deviendrai très riche en quelques mois seulement : *c'est possible mais je vous suggère de planifier votre succès sur un minimum de douze mois!*
- cette opportunité est très flexible ; je n'ai pas besoin de faire beaucoup d'efforts pour réussir : *faux, il vous faut toujours travailler dur au début pour asseoir une équipe de qualité ;*
- j'ai déjà quelques notions en commerce et marketing. Je n'ai donc pas besoin de suivre des formations sur cette opportunité pour réussir : *faux, chaque opportunité dispose de ses propres particularités que vous devez maîtriser ;*
- mes trois premiers mois vont être explosifs. Je n'ai pas besoin de me casser la tête : *ne soyez pas si sûr ;*
- il me suffit de « **parrainer** » seulement quelques personnes très dynamiques qui vont faire le reste du boulot à ma place ...

Créez des attentes, mais celles qui sont évidentes et réalisables dans un minimum de douze (12) mois pour ne pas tomber sous le coup de la désillusion.

7. Planifiez clairement votre réussite

Vous voilà à l'une des étapes les plus déterminantes dans votre aventure vers la liberté financière.

Nombreux sont ceux qui prennent à la légère, ou ignorent l'importance de planifier leur succès.

Cependant, sachez que vous n'arriverez à rien sans avoir défini des objectifs précis et planifié des actions concrètes à mener pour les atteindre.

A cette étape, vous devez prendre un papier et énumérer vos objectifs en termes d'attentes de votre opportunité.

Les questions suivantes peuvent vous édifier :

- combien d'affiliés-partenaires souhaitez-vous compter dans votre équipe d'ici 1 mois? 6 mois? 1 an? 5 ans?
- combien souhaiteriez-vous générer comme revenus mensuels avec votre opportunité après 1 an de travail?
- quelles compétences souhaiteriez-vous développer grâce à votre opportunité dans les 2 prochaines années?

Le dernier chapitre de ce livre vous guidera dans la définition de vos objectifs ainsi que la planification des actions concrètes qui vont changer votre vie.

8. Votre liste de contacts est le fonds de commerce de votre entreprise

Vous ne pourrez réussir le marketing relationnel sans une liste de contacts car cette dernière est considérée comme le fonds de commerce de votre activité.

La constitution de la liste de contacts peut prendre du temps et demander beaucoup de travail, mais le résultat et les retombées sont beaucoup plus importants.

A la base, constituez votre liste de contacts en répertoriant vos amis, parents, collègues de bureau, anciens amis d'université ...

Pour vous aider à construire votre liste de contacts, vous pouvez utiliser la technique du Jogger pour accoucher en cascade des noms qui pourraient vous venir en tête en parcourant le tableau suivant :

Amis d'université	Colocataire	Collègues de bureau
Parents	Famille	Oncles. Frères et
Eglise	Chorale	Club de
Grands parents	Belle famille	Comptable
Mécanicien	Secrétaire	Médecin
Assistants médicaux	Nutritionnistes	Facebook
Hôtel	Livreur	Sages-femmes
Fleuriste	Banquiers	Guichetiers

Vous avez compris l'astuce n'est-ce pas ?

Progressivement, faites évoluer et tenez à jour régulièrement votre liste de contacts.

Aujourd'hui, il existe des outils puissants pour gérer aisément et de façon dynamique votre liste de contacts, ce qui facilite la prospection et la communication entre vous et vos différents partenaires

9. Développez une équipe de qualité et non une équipe de quantité

Pour atteindre vos objectifs, vous avez besoin du concours d'autres personnes, de divers horizons, de diverses compétences.

Cependant, vous devez cultiver la patience et ne pas vous presser de remplir votre équipe pour la forme.

Souvenez-vous que développer une activité en marketing relationnel revient à « ***créer votre propre entreprise de façon intelligente*** » à travers un contrat d'affili-partenariat entre vous et la société mère.

Sûrement qu'en créant votre entreprise, vous ne voudrez pas « ***engager une revendeuse de beignets comme secrétaire*** », n'est-ce pas ? C'est pareil en marketing relationnel, vous devez intégrer dans votre équipe uniquement des gens qui partagent votre vision et qui ont la volonté et la disponibilité de collaborer avec vous.

Rappelez-vous que votre degré de réussite en marketing relationnel dépend de la qualité des membres de votre équipe.

Vous appuyant sur « ***le principe du tri*** » en marketing relationnel, prenez le temps pour développer une équipe de qualité d'affili-partenaires, ayant la même vision que vous autour d'un produit ou d'un service, que ces derniers peuvent facilement consommer et recommander.

Enfin, n'oubliez pas d'accorder une attention particulière à chaque membre de votre équipe, surtout en ce qui concerne leur formation et leur épanouissement personnel.

Vous apprendrez davantage sur les principes fondamentaux du marketing relationnel dans les premiers modules de la formation MLM DECRYPTOR.

10. La persévérance est votre « arme à succès massif »

La persévérance en marketing relationnel est le carburant dont vous avez besoin au quotidien. Souvenez-vous que le monde n'a pas été construit en une seule journée.

Nombreux ont abandonné des opportunités qui auraient pu les conduire au succès dont ils rêvaient, faute de persévérance.

Le principe de la persévérance en marketing relationnel se cultive à plusieurs niveaux :

- vos prospects ont sûrement besoin de se familiariser d'abord avec votre opportunité ; car nombreux découvriront pour la première fois le marketing relationnel et pourraient estimer que c'est une activité bien au-delà de leur capacité. Ils chercheront à mieux la comprendre et surtout se retrouver dans son idéal avant de se décider ;
- il est fort probable que vos prospects n'aient pas les moyens nécessaires ou ne soient pas dans un état d'es- prit favorable pour se prononcer favorablement au premier contact ;

- soyez également conscient que certaines personnes pourraient vous rejeter ou méprendre systématiquement votre opportunité pour diverses raisons ou pré- jugés.

Mais la bonne nouvelle est que de milliers d'autres personnes attendent de découvrir votre opportunité pour se lancer avec vous.

Pour ces diverses raisons, vous devez cultiver la persévérance, développer sans cesse la confiance en votre opportunité et en vous-mêmes, et ne **JAMAIS** abandonner.

Des défis, il y en aura toujours. Mais lorsque vous traversez une situation difficile, rappelez-vous de l'histoire des deux grenouilles.

Deux petites grenouilles jouent à touche-touche. Emportées par leur jeu, elles rentrent dans l'étable. Elles se poursuivent, sautent d'objet en objet, quand imprudente, la première saute dans un seau rempli à moitié de lait, suivie de peu par sa compagne de jeu.

Après avoir pris la tasse, les deux copines sortent la tête hors du lait et se mettent à nager pour rejoindre le bord du seau. Malheureusement, les parois sont bien trop lisses pour être escaladées, et il y a bien trop de lait, pour prendre appui sur le fond du seau.

Que faire ? Les voici prises au piège ! Elles ne voient pas comment s'en sortir !

- Nous devrions nager jusqu'à ce que le fermier revienne. Quand il nous verra, il nous mettra hors du seau. Qu'en dis-tu?
- Il pourrait aussi nous tuer.
- C'est vrai ! Mais nous n'avons pas d'autre choix. Continuons à nager, nous verrons bien. Peut-être aurons-nous une autre idée.

Les deux petites grenouilles continuent donc de nager. Elles tendent l'oreille espérant entendre des bruits de pas ou le grincement d'une porte... Mais le temps passe, et aucun bruit ne se fait entendre. Elles se fatiguent, leurs pattes commencent à les faire souffrir.

- Je n'en peux plus ! Il faut que je fasse une pause.
- Non, ne t'arrête pas, tu coulerais.
- Je n'ai plus de force, le fermier ne viendra pas.
- Continue, ralenti si tu veux, mais ne t'arrête pas !
- Non, laisse- moi, je vais me mettre sur le dos et me reposer un peu.

Son amie a beau l'encourager, rien n'y fait !

La petite grenouille se met sur le dos, ferme les yeux et s'assoupit. Sans même s'en rendre compte, elle coule lentement dans le lait, devenu crème par les battements incessants de leurs pattes.

Dans cette crème, les efforts de la petite survivante sont de plus en plus intenses. Plus elle bouge, plus la crème s'épaissit. Plus la crème s'épaissit, plus elle doit fournir d'efforts !

Mais la petite grenouille ne lâche rien, elle continue encore et encore. Petit à petit, la crème épaisse devient beurre. Tant et si bien qu'à un moment l'amas de beurre est suffisant pour qu'elle puisse grimper dessus. Épuisée, elle s'y repose un peu, reprend des forces et saute enfin hors du seau !

CHAPITRE 09

LES CINQ HABITUDES OU ORIENTATIONS INDISPENSABLES QUE VOUS DEVEZ DÉVELOPPER POUR RÉALISER N'IMPORTE QUEL OBJECTIF

« Les mauvaises habitudes sont faciles à développer et difficiles à vivre avec ; mais en revanche les bonnes habitudes sont difficiles à développer mais faciles à vivre avec. » (Brian Tracy)



Souvenez-vous que dans le chapitre précédent, nous avons précisé qu'il est crucial de fixer de manière claire vos objectifs et mettre en place un plan d'actions pour les atteindre.

Il est cependant important de noter que, selon Brian Tracy, expert Canadien en succès, nous devons obligatoirement développer et mettre en application tous les jours cinq habitudes indispensables (*encore appelées orientations*) qui nous permettront de réaliser n'importe quel objectif que nous nous fixons.

Heureusement, Brian Tracy précise que « ***n'importe quelle habitude peut être apprise, bonne ou mauvaise*** ». Nous avons donc l'assurance que chacun peut apprendre et mettre en application les cinq orientations pour réaliser ses objectifs.

Brian ajoute enfin que « ***la meilleure façon d'apprendre une habitude est la répétition*** ». Autrement dit, pour que ces habitudes deviennent un « ***automatisme*** », nous devons les utiliser tous les jours, sans exception.

Je vous invite à accorder une attention particulière au dernier chapitre de ce livre dans lequel je vous montre de façon concrète comment utiliser les cinq habitudes (*orientations*) pour réaliser n'importe quel objectif. Mais en attendant, passons-les en revue rapidement.

1. Orientation « journalière »

Quel que soit l'objectif que vous poursuivez (*obtenir un diplôme, acheter une voiture, construire une maison, obtenir un VISA, participer à un concours, acheter un ordinateur portatif ...*), sachez qu'il ne se réalisera pas tout seul du jour au lendemain.

La concrétisation d'un objectif n'est autre que le résultat d'une suite d'actions menées jour après jour.

Avant de vous coucher le soir, prenez un papier sur lequel vous énumérez en moyenne cinq (5) actions à exécuter le lendemain.

2. Orientation « résultat »

A votre réveil le lendemain, reprenez la liste des actions que vous avez programmées la veille, et classez-les par ordre décroissant d'importance ou de priorité.

Posez-vous la question suivante : « ***Si parmi les 5 objectifs du jour, je ne peux réaliser qu'un seul avant la tombée de la nuit, lequel devrais-je choisir*** » ?

Une fois que vous repérez l'objectif qui vous est le plus important à réaliser dans la journée, mettez devant ce dernier le chiffre 1 dans un petit rond.

Utilisez le même procédé pour classer tous les objectifs sur la liste du jour.

L'orientation résultat nous suggère alors de commencer immédiatement l'exécution des actions de la journée dans l'ordre de priorité.

3. Orientation « humaine »

Tout ce que nous avons obtenu dans la vie, c'est avec l'aide de quelqu'un, directement ou indirectement.

C'est pour cette raison que Brian Tracy nous exhorte à être « *orienté humain* » tous les jours sur deux angles :

- **Demandez-vous** : qui est-ce qui je peux aider aujourd'hui, et qui pourra me renvoyer l'ascenseur de- main en cas de besoin ?

Même s'il s'agit d'un simple coup de fil de salutation, passez-le à quelques personnes. Vous marquez ainsi votre présence dans leur esprit. Ils seront attentifs à votre appel demain lorsque vous aurez besoin d'eux.

- **Demandez-vous ensuite** : qui est-ce qui je devrais satisfaire aujourd'hui pour que cette personne n'empêche ou ne retarde la réalisation de mes objectifs ? Est-ce un cousin, un ami, un partenaire, un fournisseur qui risque de vous gâcher la journée si vous ne lui trouvez pas une solution ?

Si tel pourra être le cas, prenez de l'avance pour appeler cette personne et trouver un consensus pour dégager la voie à la réalisation optimale de vos objectifs dans la journée.

4. Orientation « santé »

Pour les experts de l'Organisation Mondiale de la Santé, il nous faut « *manger cinq fruits et légumes chaque jour pour être en bonne santé* ».

Brian Tracy n'en dit pas moins. Rien ne vaut votre santé.

Si vous lisez ce livre actuellement, c'est parce que vous êtes en bonne santé.

De même pour réaliser vos objectifs, vous devez investir dans votre santé.

Il s'agit essentiellement d'investir dans la consommation des fruits et des aliments sains tels que **l'ail, l'oignon, le brocoli, le haricot, le soja, le thé vert, l'avocat, les épinards, la to- mate, la patate douce, l'huile d'olive ...**

J'ajouterai que l'orientation santé nous exhorte également à être prudents dans la circulation, à respecter les feux de signalisation afin de ne pas causer ou être victimes d'un banal accident causé par quelques secondes d'inattention ou d'imprudence, qui peuvent peser lourd sur la réalisation de vos objectifs.

5. L'autodiscipline

Le dictionnaire définit l'autodiscipline comme le « ***fait pour un individu de s'imposer lui-même une discipline sans contrôle extérieur*** ».

Cependant, j'aime particulièrement cette définition qui dit que l'autodiscipline est :

- **la capacité d'exiger de soi ;**
- **faire ;**
- **ce que vous devez faire ;**
- **quand vous devez le faire et ;**
- **que cela vous plaise ou non.**

Pour atteindre vos objectifs, il est primordial que vous vous auto discipliniez, car c'est la faculté principale qui fera de vous un leader qui connaît du succès.

Si vous n'arrivez pas à vous discipliner, à exiger de vous des choses que vous devez faire, au moment où vous devez les faire, comment allez-vous discipliner les membres de votre équipe ?

Bien sûr que la tâche ne sera pas facile ; vous allez connaître des moments de doute et d'hésitation ; mais vous ne devez pas tomber dans la procrastination, pire dans l'abandon.

Souvenez-vous que Brian Tracy en début de ce chapitre nous a livré l'arme incontournable pour apprendre et développer n'importe quelle habitude, même l'autodiscipline : **la répétition.**

CHAPITRE 10

DIAGNOSTIC ET ACTIONS CONCRÈTES QUI VONT CHANGER VOTRE VIE

« Je peux toujours me vanter d’avoir persévéré dans le
changement » (*Georges Duhamel*)



Dans ce chapitre, je vous suggère des actions concrètes qui pourront changer votre vie.

Loin de vous promettre un miracle après la mise en application des principes suggérés dans ce chapitre, je peux tout de même vous assurer que vous verrez désormais plus clair et constaterez une nette amélioration dans votre vie, dans votre façon de voir et de faire les choses.

Ces différentes actions vous mettront dans une nouvelle dynamique dans votre processus d'enrichissement et vous rapprocheront incontestablement tous les jours de la vie dont vous rêvez.

1. Diagnostic

Cet exercice que je vous propose peut vous paraître banal, mais il est le point de départ de votre réussite. Si vous désirez réellement améliorer votre vie, peu importe votre genre, âge, statut ..., vous devez faire cet exercice immédiatement, et le répéter tous les mois !

Le but est de déterminer votre indice de réalisation (**iR**), c'est-à-dire savoir de façon mathématique si au moment où vous lisez ce livre, vous êtes ou serez en mesure de réaliser vos projets ou pas (*acheter un ordinateur portable, une voiture, construire une maison, offrir un voyage à vos enfants ...*) à partir de votre épargne.

Pour commencer, remplissez les tableaux en Annexe { **A** } en suivant les instructions avant de revenir continuer la lecture.

2. Actions concrètes et immédiates à mener pour changer votre vie

A cette étape, j'estime que vous avez déjà fait votre diagnostic financier et que vous savez désormais si dans les conditions actuelles, vous êtes en mesure ou pas de réaliser vos différents projets, je veux parler de votre indice de réalisation (**iR**).

Au cas où le diagnostic aura été sévère avec vous, ne le prenez pas mal ; c'est malheureusement votre situation réelle actuelle.

Vous devez en prendre conscience et décider résolument de faire évoluer les choses, pour que d'ici 6 mois, 1 an, 2, 5 ou 10 ans, vous puissiez réellement vivre la vie dont vous rêvez.

Pour ce, je vous livre la feuille de route, c'est-à-dire les actions concrètes que vous pouvez adapter à votre situation pour une mise en application immédiate.

A. Définissez vos objectifs généraux

Servez-vous du document en Annexe { **C** } pour lister vos objectifs (*ceux que vous souhaitez réaliser dans 1, 2, 5 ou 10 ans*).

Notez que la définition des objectifs doit se faire avec affirmation, au présent (*comme s'ils étaient déjà réalisés*), et avec le pronom personnel « **Je** », tout en précisant les délais de réalisation.

Quand bien même vous ne devez pas vous imposer une limite dans la définition de vos objectifs, je vous suggère de commencer par des objectifs raisonnablement réalisables.

Exemple:

- Je conduis ma voiture en septembre 20____.
- Je dispose d'un montant de vingt millions (20.000.000) de Francs CFA sur mon compte en avril 20____.
- Je déménage dans ma nouvelle maison avec ma femme et nos enfants en décembre 20__.
- Je compte mille membres (*affili-partenaires*) dans mon équipe en juin 20____.

B. Exprimez clairement l'objectif spécifique

Au point (A), vous avez défini les objectifs généraux que vous voulez atteindre dans les prochaines années.

Choisissez maintenant un seul de vos objectifs, le plus important et impératif pour vous à réaliser en premier, qui pourrait changer radicalement votre vie ou qui pourrait favoriser la réalisation du prochain objectif.

La démarche est de vous organiser pour réaliser méthodiquement un seul objectif à la fois, puis un autre, et ainsi de suite.

Posez-vous la question : « Parmi les objectifs généraux définis au point (A), si on me donnait la possibilité de réaliser seulement un, lequel devrais-je choisir, pour que sa réalisation donne un nouveau sens à ma vie ? »

L'avez-vous choisi ? Si oui, alors servez-vous du document en Annexe { **D** } pour l'exprimer le plus clairement, en fournissant autant de détails que possible.

Exemple :

Je conduis ma voiture en septembre 20_____.

- Marque : Hyundai.
- Modèle : Santa Fe Sport 2.0T-Ultimate 2017.
- Couleur : Rouge Serrano.
- Délai (*date de réalisation*) : septembre 20_____.
- Coût : 25.000.000 FCFA.
- Autres caractéristiques : ...

C. Planifiez des actions concrètes pour la réalisation de votre objectif spécifique

La réalisation de votre objectif passe par dix étapes essentielles :

1. Formatez et reprogrammez votre système nerveux

Cette première étape dans la planification des actions est très importante, d'autant plus qu'elle vous permet :

- ◆ de vous débarrasser de vos anciennes croyances et perceptions négatives ;
- ◆ d'acquérir (*assimiler*) et mettre en pratique de nouvelles connaissances ;
- ◆ de positiver et alimenter votre objectif et vos actions d'énergies positives ...

2. Fixez une date butoir pour réaliser votre objectif

Pour atteindre votre objectif avec précision, vous devez le situer dans le temps, c'est à dire définir à l'avance la date de sa réalisation.

Exemple :

30 septembre 20____

3. Identifiez les défis (*situations difficiles, sacrifices, efforts inhabituels*) auxquels vous allez devoir faire face pour réaliser votre objectif

Exemple :

- ◆ J'ai besoin d'augmenter rapidement mon indice de réalisation (**iR**).
- ◆ Je dois diversifier mes sources de revenus.
- ◆ J'ai besoin d'apprendre une seconde langue.
- ◆ Je dois limiter les sorties nocturnes sans intérêt et me dissocier des « camaraderies inutiles ».
- ◆ Je dois me lever désormais à 4 heures du matin au lieu de 5 heures.
- ◆ Je dois limiter le temps passé devant la télévision.
- ◆ Je dois perdre 15 Kg de mon poids actuel.

4. **Qu'allez-vous faire concrètement pour atteindre votre objectif (*quelles actions ou démarches allez-vous entreprendre et pourquoi*)?**

Faites une liste des activités que vous pensez mener pour atteindre votre objectif. Généralement, il s'agit d'une liste ouverte à laquelle vous rajoutez d'autres activités au fur et à mesure que vous en avez besoin.

Exemple :

- ◆ Limiter les dépenses inutiles pour augmenter mon épargne.
- ◆ Devenir affili-partenaire de l'entreprise XYZ pour générer des revenus supplémentaires tous les mois.
- ◆ Souscrire à la formation MLM DECRYPTOR afin de maîtriser les principes fondamentaux du marketing relationnel pouvant m'aider à mieux développer mon opportunité.
- ◆ Donner des cours de répétition en informatique pour augmenter mes revenus.

- ◆ Créer et animer un blog sur la thématique XYZ afin de générer du trafic et construire une base de données qualifiée à qui je pourrai proposer un service, un produit ou une formation.
- ◆ Pratiquer 30 minutes de marche le matin et 30 autres minutes le soir pour préserver ma santé.
- ◆ Développer un logiciel ou une application que je mettrai en vente ou en location ...

Etablissez un calendrier de mise en application des actions dans un ordre décroissant d'importance.

Tous les soirs avant d'aller dormir, programmez sur un papier au moins une de ces actions à réaliser le lendemain, et disciplinez-vous à obtenir les résultats, quoi qu'il arrive.

En fin de journée, faites un bilan pour voir ce qui a marché, ce qui ne l'a pas été.

Si pour une quelconque raison vous n'avez pas pu atteindre l'objectif d'une action de la journée, assurez-vous qu'il le soit le lendemain avant toute autre chose.

Par contre si les résultats de la journée sont satisfaisants, célébrez cette avancée à votre façon (*danser, chanter, manger un repas copieux, déguster un bon vin ...*) pour « **vous récompenser** » et vous remettre dans les meilleures conditions psychologiques pouvant vous booster à relever les défis du jour suivant.

C'est ainsi que jour après jour, vous vous rapprochez de votre objectif principal, avec une nette impression de fournir de moins en moins d'efforts.

5. Répertoirez les situations, amis, parents, partenaires ... qui peuvent favoriser directement ou indirectement la réalisation de votre objectif

Exemple :

- ◆ Monsieur ABC.
- ◆ Madame XYZ.
- ◆ Ministères ...
- ◆ Partenaires, fournisseurs ...

Commencez immédiatement par les impliquer dans le processus de réalisation de votre objectif.

Posez constamment des actes qui devraient les motiver et les encourager à vous aider directement ou indirectement à atteindre votre objectif (*Orientation « Humaine »*).

6. Répertoirez les situations, amis, partenaires ... qui pourraient empêcher ou retarder directement ou indirectement la réalisation de votre objectif.

Exemple :

- ◆ Un ami ou un partenaire à qui vous devez de l'argent.
- ◆ Loyer ou factures en instance à payer.
- ◆ Un membre de la famille qui pourrait surgir à tout moment pour vous réclamer un objet ou le local que vous occupez.
- ◆ Le service des impôts à qui vous devez des redevances.
- ◆ Des employés insoucieux ou inconscients ...

Commencez immédiatement par trouver des solutions ou des alternatives à ces situations pouvant ralentir ou empêcher la réalisation de votre objectif.

7. Soyez orienté résultat tous les jours

Ne vous couchez pas un soir sans avoir une idée précise de ce que vous allez faire le lendemain.

Les « ***grands hommes*** » qui connaissent un succès exemplaire à travers toute la planète maîtrisent ce « ***secret*** » et en font une habitude qui les aide quotidiennement à optimiser la réalisation de n'importe quel objectif.

L'orientation résultat se résume en quatre phases que voici :

- a. le soir avant de vous coucher, prenez une feuille et énumérez les actions que vous voulez réaliser le jour suivant ;
- b. au réveil, organisez la liste des actions de la journée par ordre décroissant de priorité ;
- c. commencez immédiatement par l'action la plus importante pour vous, et mettez en œuvre toutes vos ressources pour son aboutissement, puis passez à l'action suivante sur la liste et ainsi de suite ;

- d. en fin de journée, passez en revue les objectifs du jour. Si dans l'ensemble les résultats sont très satisfaisants, réjouissez-vous à votre manière afin de recharger les batteries pour affronter vaillamment les actions du jour suivant ; au cas contraire, veillez à ce que les actions laissées en instance soient réalisées le jour suivant.

8. Ne négligez pas votre santé

Il est important de rappeler que rien ne vaut la santé. Vous ne pourrez **obtenir votre diplôme, acheter votre voiture, construire votre maison** que si vous êtes en bonne santé pour exécuter votre plan d'actions.

- ◆ Surveillez donc votre alimentation (*mangez moins gras, moins sucré, moins salé*).
- ◆ Consommez au moins 5 fruits et légumes par jour.
- ◆ Pratiquez un minimum de trente (30) minutes d'exercice physique (*marche*) par jour.
- ◆ Soyez prudent et attentif dans la circulation.
- ◆ Evitez la consommation de l'alcool et du tabac.
- ◆ Dormez au moins sept (7) heures par jour.

9. Exprimez de la gratitude et de la reconnaissance en visualisant constamment votre objectif

Le meilleur moyen d'obtenir quelque chose de la nature est d'exprimer toute votre gratitude à cette dernière, matin et soir comme si vous êtes déjà en possession de ce que vous lui demandez. De temps à autre, visualisez votre objectif et ressentez le plaisir comme vous le ressentiriez le jour où votre objectif est atteint.

Quant à la reconnaissance, n'oubliez pas le point cinq (5). Exprimez votre reconnaissance à l'endroit des amis, partenaires, parents ou toute autre personne qui aura contribué directement ou indirectement à la réalisation de votre objectif.

Renvoyez-leur l'ascenseur d'une manière ou d'une autre.

Rappelez-vous que la nature a horreur des ingrats.

10. **L'auto discipline et la persévérance**

Si vous avez suivi avec attention les instructions de ce chapitre, alors félicitations !!!

Les deux ingrédients essentiels qui vous permettront de commencer par constater immédiatement des changements palpables dans votre vie sont l'auto discipline et la persévérance.

Vous avez établi votre diagnostic, pris des résolutions, fixé des objectifs, défini des actions à mener, déterminé les défis à surmonter ...

Vous ne devez laisser aucune circonstance vous détourner de vos objectifs.

Gardez à l'esprit que dans la mise en application des actions, il y aura probablement des inconnus, des imprévus, des facteurs qui tenteront de vous déstabiliser.

Vous ne devez en aucun cas baisser les bras.

Quand une situation inappropriée survient, prenez le temps de bien l'étudier, et surtout de repenser, encore et encore à vos objectifs puis déclarez : « ***Ce n'est pas le moment de laisser tomber. J'en ai connu pire*** ».

CONCLUSION

Pendant longtemps, j'ai douté, j'ai critiqué, j'ai fait les choses à ma manière.

Résultat, je tournais sur place, mes rêves étaient restés à l'étape de rêve et ne se réalisaient pas, sinon très peu.

Mais depuis que j'ai commencé par expérimenter le « **scepticisme positif** » en essayant les méthodes et principes que je découvre lors des formations ou en lisant des livres, les choses ont commencé par changer, beaucoup mieux.

Par expérience personnelle, j'ai réalisé que pour se libérer financièrement, nous ne devons pas être prisonniers de nos diplômes ni du salariat.

Quel que soit votre statut actuel (*étudiant, retraité, salarié, fonctionnaire, entrepreneur, indépendant ...*), il existe une multitude d'opportunités, à l'instar du marketing relationnel pouvant vous permettre de vivre la vie de vos rêves, sinon quitter la vie que vous n'aimez pas.

Mais attention, quoi qu'on dise, même si vous n'avez besoin d'aucun diplôme pour vous lancer dans le marketing relationnel, il demeure un métier à part entière et s'apprend.

Vous devez donc vous former pour maîtriser et mettre en pratique les principes vitaux du marketing relationnel pour connaître le succès.

Je vous souhaite beaucoup de courage dans l'application de tout ce que vous avez découvert dans ce livre. Comptez sur ma disponibilité 7/7 (*surtout par mail*) pour répondre avec grand plaisir à toutes vos questions ou préoccupations liées à la compréhension, interprétation ou mise en application du contenu de ce livre.

Je vous invite à cet effet à vous inscrire (*si ce n'est pas encore le cas*) à la première école de formation dédiée au marketing relationnel, **MLM DECRYPTOR** (www.mlmdencryptor.com) ayant pour objectifs de :

1. **Eduquer**, orienter et soutenir la population africaine et surtout la jeunesse à devenir des entrepreneurs indépendants à succès en marketing relationnel (réduction du chômage, de la dépendance et de l'asservissement, création de la richesse et d'emploi ...)
2. **Eveiller** les participants et former ces derniers à savoir analyser une opportunité (en marketing relationnel) de manière claire et objective avant de s'y engager ;
3. **Doter** tous les participants des outils modernes (PC, Téléphones Android, Systèmes de Web SMS, E-Mailing ...) leur permettant de travailler de façon optimale avec les compagnies nationales et internationales qui évoluent en marketing relationnel ;

4. **Offrir** aux participants des **sources alternatives de financement** pour leurs projets ;
5. **Assainir**, Redynamiser et Professionnaliser l'industrie du marketing relationnel pour que tous les acteurs puissent tirer un profit équitable ;
6. **Réduire** la fracture numérique en mettant les technologies de l'information et de la communication au service du développement humain (en Afrique) à travers la **création et la promotion des solutions** (plateformes) **adaptées aux réalités africaines** (MLM PAY CARD, LEA- DERSIFY, LETAVI, LINKED CODES ...)

J'attends par la même occasion recevoir vos remarques ou suggestions de toutes sortes de façon à m'améliorer dans une prochaine publication.

Ensemble au sommet !

Annexes

Annexe { A }

DIAGNOSTIC FINANCIER PERSONNEL

▪ **REVENUS MENSUELS** (TABLEAU A)

Intitulé (salaire, pension, allocations, commissions ...)	Valeur nette (FCFA)
1 -	
2 -	
3 -	
TOTAL DES REVENUS MENSUELS	

▪ **DÉPENSES MENSUELLES (TABLEAU B)**

Intitulé / Désignation	Dépenses / mois
Petit déjeuner, déjeuner, dîner, hydratation	
Transport (carburant / Zémidjan)	
Habillement + Toilettes (savon, parfum ...)	
Coiffure / Tresse / Massage / SPA	
Loyer + Facture électricité + eau	
Abonnement internet / 3/4G + Communication (appels et SMS)	
Abonnement (CANALSAT / CANAL+)	
Scolarité, formations, cours de répétition, cours du soir	
Remboursement ou prélèvements automatiques (dettes / prêts)	
Aides et dons (amis, familles, copines)	
Salaire (que vous payez aux employés, à la femme de ménage)	
Santé / Assurance	
Imprévus (10% de vos revenus)	
TOTAL DÉPENSES (CHARGES) MENSUELLES	

- **INDICE DE RÉALISATION** ($iR = \text{Epargne} \times 100 / \text{Revenus}$) (TABLEAU C)

Total Revenus (R) – Report du total du tableau A	
Total Dépenses (D) – Report du total du tableau B	
Épargne (E) = Revenus - Dépenses	
Indice de Réalisation $iR = (\text{Epargne} \times 100 / \text{Revenus})$	_____ %

- **ANNOTATION / INTERPRÉTATION DE VOTRE INDICE DE REALISATION**

$iR \leq 1\%$	DANGER !!! <u>Vos finances sont très virussées, formatage immédiat.</u> Réduisez radicalement vos dépenses et diversifiez vos sources de revenus pour commencer par absorber vos dépenses, car vous vivez actuellement au-dessus de vos moyens.
$iR > 1 \leq 25\%$	ATTENTION ! <u>Vous tournez en rond, les virus vous guettent.</u> Diminuez vos dépenses et diversifiez vos sources de revenus pour augmenter votre épargne
$iR > 25 < 50\%$	Ouff ! Vous êtes <u>hors de danger</u>, mais diversifiez vos sources de revenus pour accélérer vos réalisations
$iR \geq 50\%$	Félicitations ! Vous êtes complètement <u>dévirussé !</u> Mais ça ne vous empêche pas de diversifier vos sources de revenus pour propulser vos réalisations

- **SIMULATION DE RÉALISATION** (TABLEAU E)
(NB : faites cette simulation seulement si votre épargne est supérieure à zéro)

Réalisations	Montant requis pour la réalisation (MR)	Epargne Mensuelle (EM)	Epargne Annuelle (EA = EM x 12)	Durée d'épargne (MR / EA)
Acheter une nouvelle voiture				
Construire une ville de 4 chambres et 1 salon				

Exemple :

Si vous souhaitez acheter une voiture de 5.000.000 FCFA et que vous épargnez 12.000 FCFA par mois :

- votre épargne annuelle = **156.000** (12.000×12)

- durée de réalisation = **33,1 ans** ($5.000.000 / 156.000$)

Ce qui signifie que dans les conditions actuelles, vous pourrez acheter votre voiture de 5.000.000 seulement après **33,1 années** d'épargne de 156.000 FCFA par an.

Mais à supposer que votre épargne mensuelle est négative (-18.000 FCFA), sachez simplement qu'il vous sera impossible d'acheter la voiture. Vous devez d'abord réduire vos dépenses, diversifier vos sources de revenus afin de faire passer votre épargne dans le positif. Et c'est en ce moment que vous pouvez envisager l'achat de la voiture en faisant une nouvelle simulation.

- **AU REGARD DE VOTRE DIAGNOSTIC, QUELLES RÉOLUTIONS PRENEZ-VOUS ?**

Annexe { B }

LE JOGGER

Carte de visites	Amis d'enfance	Amis du collège/ Lycée
Amis d'université	Colocataire	Collègues de bureau
Parents	Famille	Oncles. Frères et sœurs
Eglise	Chorale	Club de sport/ musique
Grands parents	Belle famille	Comptable
Mécanicien	Secrétaire	Médecin
Assistants médicaux	Nutritionnistes	Facebook
Twitter	France	Cyber
Hôtel	Livreur	Sages-femmes
Fleuriste	Banquiers	Guichetiers
Micro finance	Marketing de réseau	StemTech
Forever living Product	Edmark	GNLD
Pasteur	Ministères	Avocats
Maintenanciers	Policiers	Aného
Kpalimé	Kara	Dapaong

Cliniques	CMS	Accouchement
Hypertension	Performance sexuelle	Retraites
Fumeurs	UPS	DHL
UTB	BTCI	Ecobank
Sénégal	Benin	Côte d'Ivoire
Végétarien	Menuisiers	Imprimeurs
Directeurs de société	Adidogome	Totsi
Ebe	Canal+	TVT
LCF	Marketing	Commerciaux
Musulman	Auditeur	Sportif
Commerce	Restaurants	Gym cnter

LISTE DES CONTACTS

Nom et prénom(s)	Téléphone	Email

Annexe { C }

Prenez exemple à la page { «Exemple :», page 122}

MES OBJECTIFS

This image shows a full page of white paper with horizontal dashed lines, typical of primary school handwriting practice paper. The lines are evenly spaced and run across the entire width of the page. There are no margins, text, or other markings present.

OBJECTIF SPÉCIFIQUE

Date butoir

DÉTAILS ET CARACTÉRISTIQUES

Défis (situations difficiles, sacrifices, efforts inhabituels)
auxquels je vais devoir faire face pour réaliser mon objectif

Actions concrètes (activités) que je dois mener pour réaliser mon objectif

Actions (activités) à mener	Résultats attendus

Situations, amis, parents, partenaires ... qui peuvent favoriser directement ou indirectement la réalisation de mon objectif

Noms	Contacts	Actions

Situations, amis, parents, partenaires ... qui peuvent empêcher ou retarder directement ou indirectement la réalisation de mon objectif

Noms	Contacts	Actions

PLANNIFICATION DES ACTIONS JOURNALIÈRES

Date :		
Action	Résultat attendu	Résultat obtenu

Remplissez la colonne du résultat attendu seulement en fin de journée pour donner une appréciation de du degré de satisfaction par rapport à chaque action.

Date :		
Action	Résultat attendu	Résultat obtenu

Remplissez la colonne du résultat attendu seulement en fin de journée pour donner une appréciation de du degré de satisfaction par rapport à chaque action.

BIBLIOGRAPHIE

Je vous recommande de lire ce puissant livre de R.H Jarrett intitulé « ***It works*** » qui vous livre les secrets de la fixation des objectifs, m'ayant énormément inspiré :

<https://www.mlmdacademy.com/files/docs/itworks.pdf>

Crédits à PRINCE EA, auteur de la vidéo THE PEOPLE VS. THE SCHOOL SYSTEM :

<https://www.youtube.com/watch?v=dqTtoJTija8>

Crédits à Bryan Tracy sur les habitudes (orientations) pour atteindre n'importe quel objectif :

<http://www.briantracy.com>

https://www.youtube.com/watch?v=nu5l85_YAak

Crédits à l'équipe FLAT ICON pour les illustrations de la couverture :

<http://www.flaticon.com>

L'AUTEUR DU LIVRE



Komlatse Komla est né le 1^{er} Déc. 1981 à Lomé. PDG de la société TOGO EN VOGUE qu'il a créée en 2006, il est consultant, formateur et créateur d'opportunités. Programmeur (C# .NET) depuis une dizaine d'années, il est le concepteur des plateformes web LETAVI, LEADERSIFY, MLM DECRYPTOR, LEADERSHIP CLUB et bien d'autres. Aujourd'hui, il s'investit pleinement dans la promotion et la professionnalisation de l'industrie du marketing relationnel et la création des solutions adaptées aux besoins des entrepreneurs africains.

Dépôt légal : novembre 2016
(OL.5563. du 21 novembre 2016 - BUTODRA)