

Cassez la baraque !

L'édition originale de cet ouvrage a été publiée aux États-Unis par HarperBusiness, sous le titre *Crushing It!: How Great Entrepreneurs Build Their Business and Influence—and How You Can, Too*.

Copyright © 2018 by Gary Vaynerchuk. Published by arrangement with Harper Business, an imprint of HARPERCOLLINS PUBLISHERS. All rights reserved.

Mise en pages : SPI

© 2018, Pearson France, pour l'édition française

Distribution Nouveaux Horizons – ARS, Paris, 2019, pour l'Afrique francophone et Haïti.

Votre avis nous intéresse ! Contactez-nous à arsnh@state.gov.

Nouveaux Horizons est la branche édition d'Africa Regional Services (ARS), qui fait partie du Bureau des affaires africaines du département d'État américain. Les éditions Nouveaux Horizons traduisent et publient en français des livres d'auteurs américains et les commercialisent en Afrique subsaharienne, au Maghreb et en Haïti. Pour connaître nos points de vente ou pour toute autre information, consultez notre site : <https://fr.usembassy.gov/fr/ars-paris-fr/livres/nh>.

Aucune représentation ou reproduction, même partielle, autre que celles prévues à l'article L. 122-5 2° et 3° a) du Code de la propriété intellectuelle ne peut être faite sans l'autorisation expresse de Pearson France ou, le cas échéant, sans le respect des modalités prévues à l'article L. 122-10 dudit code.

ISBN : 978-2-35745-446-0

ISBN : 978-2-35745-449-1 (EPUB)

GARY VAYNERCHUK

Cassez la baraque !

Capitalisez sur vos passions

Traduit de l'anglais (États-Unis) par
Marianne Bouvier et Catherine Sobecki



Sommaire

Introduction / 1

PARTIE 1

À VOS MARQUES... / 11

Chapitre 1 - La voie est libre / 13

Chapitre 2 - Ce qui importe (encore) / 27

Chapitre 3 - Le contenu, huitième paramètre fondamental / 67

Chapitre 4 - Qu'est-ce qui vous en empêche ? / 85

Chapitre 5 - La seule chose à vous accorder pour casser la baraque : la permission / 105

PARTIE 2

CRÉEZ VOTRE PILIER / 113

Chapitre 6 - Faites d'abord ceci / 115

Chapitre 7 - Faites-vous connaître / 119

Chapitre 8 - Musical.ly / 123

Chapitre 9 - Snapchat / 137

Chapitre 10 - Twitter / 155

Chapitre 11 - YouTube / 167

Chapitre 12 - Facebook / 185

Chapitre 13 - Instagram / 199

Chapitre 14 - Podcasts / 211

Chapitre 15 - Plates-formes vocales / 219

Conclusion / 233

Remerciements / 237

L'auteur / 239

Notes / 241



Introduction

Misha, ma fille de 8 ans, veut devenir YouTubeuse quand elle sera grande. Il n'est guère surprenant qu'un enfant ait pour ambition de faire le même métier que ses parents (outre celui de pompier et de gardien de zoo). Misha me voit utiliser les plates-formes en ligne pour communiquer et développer des entreprises, et elle sait à quel point j'adore le faire. Il est normal qu'elle veuille m'imiter.

En revanche, il est plus étonnant que parmi ses camarades, beaucoup prétendent aussi vouloir embrasser cette carrière.

Même si le marketing personnel ne figure pas encore parmi les professions que l'école primaire suggère à ses élèves, les gamins savent qu'ils peuvent envisager de faire carrière en publiant des vidéos sur YouTube, en postant sur Instagram, en tweetant des messages de 280 caractères et en diffusant du contenu sur Snapchat, voire même de récolter ainsi gloire et fortune. Ils rêvent de se forger une présence en ligne légendaire, comme leurs aïeux rêvaient au même âge de devenir des stars hollywoodiennes. Malheureusement la plupart des parents, à moins d'être eux-mêmes entrepreneurs ou familiers du secteur, répondent à cette velléité par : « Hein ? » ou, pire encore, par un sarcasme obtus : « Ce n'est pas un métier. » Même ceux qui sourient d'un air incrédule en s'exclamant sur un ton enjoué : « Formidable, mon chéri ! » soupirent secrètement devant une naïveté aussi attendrissante.

Ces réactions me contrarient au plus haut point.

De toute évidence les premières sont totalement idiotes, et toutes témoignent d'une méconnaissance absolue du monde où nous vivons. Car dans ce monde, un enfant de 11 ans et son père peuvent devenir millionnaires en créant une chaîne YouTube avec des vidéos sur lesquelles ils coupent en deux les objets les plus divers.

Je savais bien que les choses se passeraient ainsi. Pour une personne comme moi qui tend à être excessive dans ses propos, il est curieux que ma déclaration la plus prémonitoire se soit révélée être

à ce point en dessous de la réalité : « Mon histoire est sur le point de devenir beaucoup moins insolite. »

Je l'ai énoncée pour la première fois au début de mon premier livre dédié au business, *Crush It!*^{*}, alors que Misha venait de naître. J'y racontais comment je me suis servi d'Internet pour élaborer mon image personnelle et faire passer le chiffre d'affaires de notre commerce familial de vins et spiritueux, Shopper's Discount Liquors, de 4 à 60 millions de dollars. À l'époque, ma stratégie était des plus extravagantes : je communiquais avec les clients potentiels par l'intermédiaire d'un vidéoblog rudimentaire et je développais mes relations sur Twitter et Facebook en établissant un échange direct qui n'existait au siècle dernier qu'entre commerçants et clients au sein de communautés restreintes. Quand j'ai publié cet ouvrage en 2009, ma passion initiale pour le vin et la vente s'était étendue à la création d'entreprises. Je voyageais à travers le monde pour révéler combien les plates-formes, – Facebook, Twitter et YouTube –, considérées par la plupart des sociétés et dirigeants comme une perte de temps représentaient en réalité l'avenir du business. C'est inconcevable aujourd'hui, mais la révolution numérique était si récente que je devais décrire aux gens ces médias sociaux. Je devais consacrer un temps phénoménal à leur expliquer que Facebook est un service en ligne permettant de partager articles, photos, humeurs et réflexions, et Twitter un réseau similaire quoiqu'exclusivement public et limité à l'époque à 140 caractères. Le marketing personnel ? Nul ne savait de quoi il s'agissait. C'est difficile à croire, mais il y a dix ans à peine, les gens pensaient que la création d'une entreprise par le biais des médias sociaux était réservée à un cercle fermé.

Désormais je dirige une grosse entreprise de médias numériques possédant des bureaux à New York, Los Angeles, Chattanooga et Londres. J'entre toujours en relation avec les gens *via* Twitter, Facebook, Instagram, Snapchat ou toute autre plate-forme bénéficiant de leur attention. Je continue à donner des conférences aux quatre

.....
 * NdT : Publié en français sous le titre *Passion.Web : Tirez profit de votre passion et faites fortune sur Internet grâce à vos réseaux sociaux ! – Crush it !* traduit de l'anglais par Jocelyne Roy, éd. Un monde différent, Québec, 2010. Dans le présent ouvrage, nous l'évoquerons par la suite sous son titre français.

coins du monde et j'informe aussi des millions de mobinautes grâce à mon émission de questions-réponses #AskGaryVee sur YouTube, mon blog vidéo quotidien DailyVee, ma participation à *Planet of the Apps* – émission de télé-réalité diffusée par Apple mettant en avant les développeurs d'applications – et des livres comme celui-ci. Je travaille plus que jamais. J'ai plus d'influence que jamais. Je suis plus heureux que jamais.

Et mon profil n'a absolument rien d'insolite.

Entre-temps, des millions de gens comme moi ont tiré parti d'Internet pour élaborer leur image personnelle, fonder des entreprises florissantes et mener une vie qui leur ressemble. Ceux qui cartonnent vraiment sont devenus des adultes à part entière en créant une activité lucrative à partir d'une passion qui leur permet de faire chaque jour ce qu'ils aiment. Si en 2009 cette passion pouvait se rapporter aux conserves maison ou aux cabanes dans les arbres, aujourd'hui elle peut aussi consister à être mère de famille, à s'habiller avec élégance ou à avoir une vision peu orthodoxe du monde. Autrement dit votre propre marque – la personne que vous êtes – peut vous aider à trouver des débouchés pour votre business, voire même *représenter* votre business. Les mondains, les enfants de célébrités et les stars de télé-réalité le font déjà depuis longtemps. Aujourd'hui chacun peut apprendre à gagner de l'argent en faisant ce qu'il aurait fait gratuitement de toute manière.

Beaucoup de choses ont changé depuis que j'ai écrit *Passion.Web*, mais curieusement un bon nombre n'a pas bougé. Quiconque me suit régulièrement sait qu'il peut passer en avance rapide les dix premières minutes de mes allocutions, car je vais reprendre les événements de ma vie et ma vision du monde quasiment de la même manière que depuis près d'une décennie. Mais à l'issue de ces dix minutes, il ignore ce qui l'attend. Voilà ce que je vais vous raconter dans cet ouvrage : la partie de mon discours qui change tous les six à neuf mois, comme le font les plates-formes. Car je veux vous offrir les informations les plus récentes sur la meilleure manière d'utiliser les réseaux sociaux pour élaborer une image personnelle puissante et durable.

La différence majeure avec mon premier livre est que dans celui-ci vous n'entendrez pas uniquement ma voix. Vous ferez la

connaissance d'autres entrepreneurs qui ont bénéficié d'un succès incroyable en suivant les principes de *Passion.Web* pour bâtir leur marque personnelle. Certains sont déjà internationalement reconnus, tandis que d'autres ont encore du chemin à parcourir. Tous croquent la vie à pleines dents. Bien que chacun soit unique, vous serez soulagé et enthousiasmé de constater qu'ils ne sont pas si différents de vous. Comment puis-je l'affirmer sans vous connaître ? Parce que le secret de leur réussite (et de la mienne) n'a rien à voir avec leur origine, leurs relations, le lieu où ils ont fait leurs études ou le domaine dans lequel ils travaillent. En revanche, il a tout à voir avec leur engouement pour les médias sociaux dont ils disposent et avec leur empressement à tirer le meilleur parti de ces outils. Et cela, cher ami, je peux vous l'apprendre.

Cependant, ce qui a marché pour moi ne fonctionnera pas nécessairement pour vous et vice versa. Voilà pourquoi il importe tant de bien vous connaître – à tout moment, vous devez être fidèle à vous-même. Néanmoins, je peux vous suggérer un certain nombre de principes universels. J'analyserai les principales plates-formes actuelles afin que vous sachiez exactement laquelle employer pour votre contenu principal et comment vous servir des autres réseaux pour amplifier votre image personnelle et ce, que vous soyez agent immobilier (votre pilier sera Facebook, voir page 185) ou danseur amateur (votre pilier sera alors YouTube, voir page 167). J'aborderai les médias sociaux qui prédominent aujourd'hui dans le monde du business. J'ai déjà décrit certains d'entre eux dans *Passion.Web*, mais ils ont évolué depuis ; désormais il existe des moyens encore plus efficaces de s'en servir. Je vous fournirai des conseils théoriques et tactiques pour faire un tabac sur des plates-formes reconnues comme Twitter, Facebook, YouTube et Instagram, sur de jeunes médias comme Musical.ly, sur des réseaux axés sur le son comme Spotify, SoundCloud et iTunes et sur de toutes nouvelles plates-formes comme Alexa. Si vous les pratiquez déjà, vous découvrirez des subtilités méconnues, des astuces innovantes et des variantes ingénieuses qui vous permettront d'améliorer encore les stratégies testées et approuvées.

Si vous me suivez de près depuis plusieurs années et que vous pensez maintenant tout savoir, réfléchissez-y à deux fois. J'échange

chaque année avec des milliers de personnes qui me posent toujours les mêmes questions. Si elles sont si nombreuses à ne pas avoir optimisé leur stratégie, il y a fort à parier que vous n'y soyez pas encore parvenu non plus. Peut-être saisissez-vous enfin l'information cruciale qui vous aidera à pulvériser le dernier obstacle. Parmi les entrepreneurs interrogés dans ce livre, plusieurs ont reconnu avoir lu *Passion.Web* à de nombreuses reprises. Ainsi, le podcaster John Lee Dumas le relit tous les ans. Deux ou trois heures vous suffiront pour saisir l'essentiel de cet ouvrage qui compte moins de 300 pages. Néanmoins, John reconnaît en avoir écouté trois fois la version audio avant de comprendre véritablement ce qu'est le marketing personnel. Cette révélation l'a incité à créer *Entrepreneurs on Fire*, podcast où il interviewe chaque jour les entrepreneurs les plus enthousiasmants et novateurs des États-Unis. Parvenue en tête du classement iTunes dans la catégorie « Business », son émission lui rapporte plus de 200 000 dollars par mois. Je le sais car il publie ses résultats sur son site afin que les autres entrepreneurs s'inspirent de ses initiatives heureuses et s'abstiennent de reproduire ses erreurs. Ce n'est qu'un exemple des surprises et des joies que les entrepreneurs de ce livre suscitent régulièrement afin de démarquer leur image personnelle de celles des concurrents tout en récoltant des hordes de fans dévoués.

Comme toujours, je serai franc avec vous : même si vous assimilez la moindre leçon et suivez le moindre conseil prodigués dans ces pages, vous ne deviendrez probablement pas millionnaire. *Ne refermez pas ce livre !* Aucune des personnes interviewées ici ne savait qu'elle deviendrait riche. Elles ont fait fortune parce qu'elles étaient extraordinairement douées dans leur domaine et qu'elles ont travaillé comme des forcenées au point de semer tous leurs concurrents. La plupart ont démarré avec la modeste ambition de gagner suffisamment pour profiter de la vie, acquérir une certaine stabilité, subvenir à leurs besoins et à ceux de leur famille, et vivre en accord avec elles-mêmes. Pour atteindre un tel objectif, vous n'aurez pas besoin de décrocher le gros lot. Mais qui sait, peut-être découvrirez-vous chemin faisant, comme John Lee Dumas et consorts, que vous avez le talent et l'instinct marketing nécessaires pour devenir millionnaire. Il y a un seul moyen de le savoir. De toute façon, vous

y gagnerez. Il faut de la poigne et des braises pour transformer un bout de métal en œuvre d'art finement ouvragée. Ce livre regorge de sources d'inspiration et de conseils prodigués par ceux qui ont déjà franchi ces flammes ; laissez-les vous guider pour savoir qui vous êtes capable de devenir.

Voyez par exemple Louie Blaka (IG : @louieblaka) qui raconte dans un e-mail comment il est passé de son métier d'enseignant en arts plastiques à celui d'artiste florissant en se fiant à son instinct et en mettant ses passions à l'œuvre.

« Prof dans le secondaire, je suis surtout peintre dans l'âme. Il y a trois ans, j'ai décidé de tenter cette seconde carrière en dehors de mes heures de cours. Mes toiles ont été plutôt bien reçues, sans toutefois me procurer le succès que j'espérais. Bien qu'étant quelque peu découragé, je n'ai pas abandonné. Après avoir écouté *Passion.Web* il y a deux ans, je suis parvenu à penser au-delà de la vente de mes tableaux. En voyant démarrer la mode des stages "Vin et peinture", je me suis dit que je pourrais en animer puisque je suis à la fois un enseignant chevronné et un artiste professionnel (eh oui !). Alors j'ai suivi vos conseils en matière de marketing *via* les réseaux sociaux et j'ai organisé un stage *gratuit* dans mon ancienne université de Montclair, New Jersey. Puis j'ai posté une photo de l'événement sur mon compte Instagram, et j'ai reçu des demandes pour d'autres stages. J'ai commencé par des groupes de dix personnes à raison d'un stage tous les deux ou trois mois, pour arriver progressivement à plus de trois stages par mois. Et la prochaine session réunira *cent participants*. J'ai dépensé *zéro* dollars en marketing, tout se faisant par Instagram et le bouche-à-oreille. En outre, je parviens à vendre mes propres toiles par l'intermédiaire de mes stagiaires. Qui plus est, je récupère les fournitures inutilisées de mes stages pour mon travail personnel.

Alors qu'auparavant les tableaux me rapportaient 200 dollars pièce, en septembre dernier j'en ai obtenu 1 300 dollars aux enchères lors du Coffee Festival de New York. J'ai lancé mes stages "Vin et peinture" avec une session gratuite pour dix personnes sur un campus, mais cette année j'espère atteindre un chiffre d'affaires de 30 000 dollars. Je sais que ce n'est pas beaucoup, mais pour un artiste qui est prof à temps plein, c'est énorme ! »

L'explosion de YouTube, l'émergence des podcasts, l'omniprésence des réseaux tels que Facebook et Twitter – tout cela nous a conduits au point de bascule que j'avais prédit il y a neuf ans. Vous disposez déjà des outils nécessaires pour élaborer la puissante marque personnelle qui transformera votre avenir. Si vous y travaillez depuis un moment mais n'avez pas encore atteint votre objectif, ce livre vous expliquera pourquoi. Si vous êtes en bonne voie pour rejoindre le haut de l'affiche, je vous aiderai à parvenir au sommet (étant moi-même resté pendant des années au bas de l'échelle, j'en connais un rayon). Si vous n'avez cessé jusque-là de trouver des excuses, vous allez vous retrouver au pied du mur. Vous pourrez alors décider d'arrêter de perdre votre temps afin de réussir ce que vous aviez entrepris – ou reconnaître que votre version du succès diffère légèrement de ce que vous aviez envisagé au départ.

Cet ouvrage s'adresse à deux catégories de gens. Les entrepreneurs dans l'âme y trouveront toutes les informations dont ils ont besoin pour optimiser leurs démarches en cours ou amorcer un nouveau projet. Les autres lecteurs visés sont tous ceux qui veulent travailler. Pas seulement les jeunes ou les fans de technologie ; pas seulement les professionnels établis ou ceux qui cherchent à se renouveler parce que leur secteur ne les intéresse plus ou pire, bat de l'aile. Quel que soit votre profil, vous avez intérêt à élaborer votre image personnelle, même si vous ne tenez pas à devenir riche ou célèbre. Vous n'êtes pas un as en informatique ? Acquérez les compétences nécessaires. Ce n'est pas sorcier, et bon nombre des personnes témoignant dans ce livre ne maîtrisaient pas l'ordinateur mieux que vous. Au cas où vous ne l'auriez pas remarqué, de nos jours aucun emploi n'est particulièrement stable. Imaginez la tranquillité que vous éprouveriez en ayant une solution de rechange si jamais vous vous retrouviez avec rien d'autre que du temps (à l'instar de Pat Flynn, page 105). La détresse est une formidable source de motivation, mais il sera bien moins stressant d'avoir pris les devants afin de ne jamais connaître ce sentiment.

Si vous gagnez suffisamment d'argent pour mener la vie que vous voulez *et* que vous adorez ce que vous faites, vous avez réussi votre vie. C'est tout ce que je vous souhaite. Je pense à mes amis d'enfance passionnés de jeux vidéo à qui leurs parents ont interdit de s'y adonner

sous prétexte que c'était nouveau, que cela faisait peur et les détournait de leurs études. Par la suite, ces gamins ont sans doute eu une bonne situation, mais en exerçant un métier qu'ils tolèrent, voire qu'ils détestent. Si seulement leurs parents avaient compris comment le monde allait évoluer. Leur enfant devenu avocat pour leur faire plaisir pourrait fort bien toucher les mêmes revenus en tant que promoteur de tournois d'e-sport** – ou gagner des millions en tant qu'e-gamer professionnel. Dans les deux cas, il aurait été infiniment plus heureux.

Les parents s'acharnent à empêcher leur progéniture de traquer les Pokémon alors que les jeux en réalité augmentée connaîtront un essor phénoménal au cours des prochaines générations. Ils estiment que leurs filles devraient fabriquer moins de *slime* et réviser davantage leur algèbre. Même si le *slime* s'avère une simple mode éphémère, il pourrait aider ces adolescentes à intégrer les lois de l'offre et de la demande sur Instagram et à bâtir une marque personnelle ou une entreprise excédant le million de dollars. D'autant qu'*elles ne seraient pas les premières*. Karina Garcia l'a fait à l'âge de 23 ans. Auparavant elle était serveuse, et désormais c'est une star sur YouTube qui fabrique, vous l'avez deviné, du *slime*. À quel point a-t-elle réussi ? Avec ses revenus à six chiffres par mois, elle a permis à ses parents de prendre leur retraite avant l'heure¹. En août 2017, elle a réalisé une tournée de sept semaines dans quatorze villes américaines pour rencontrer ses fans. Les entrées les moins chères coûtaient 40 dollars et les pass VIP 99,99 dollars². Les anecdotes de ce type sont de moins en moins rares et prouvent que nous devons laisser nos enfants s'orienter vers ce qu'ils aiment faire. Car dans leur monde, rien n'est à exclure pour gagner confortablement sa vie et accéder à une brillante carrière. Quand j'étais petit et que je collectionnais les mauvaises notes, je me faisais surprendre en classe en train de compulsiver des catalogues pour savoir à quel prix je pourrais revendre mes cartes de baseball. Tout le monde me disait : « Tu seras un *loser*. » Aujourd'hui on me dirait : « Tu seras le prochain Zuckerberg. » En termes d'opportunités professionnelles, nous vivons dans la meilleure période de toute l'histoire de l'humanité. Je souhaite que personne ne rate cette occasion.

.....
** Compétitions de jeux vidéo en réseau.

Si ce livre vous est utile, j'espère que vous en offrirez un exemplaire à l'un de vos proches qui se sent mal dans son travail. Si vous avez de jeunes enfants, donnez-le leur quand ils commenceront à réfléchir à ce qu'ils pourraient faire de leur vie. Je ne dis pas cela pour vendre davantage de livres. Vous pouvez tout à fait l'emprunter en bibliothèque. Je vous suggère cela car je souhaite que tout le monde ait connaissance de ces opportunités. Ainsi, toute personne en difficulté, malheureuse ou craignant pour son avenir aura la possibilité de changer la donne. Quand vous vous souciez d'un membre de votre entourage, vous voulez qu'il soit heureux en exerçant un métier qu'il aime. La vie est courte ; sa brièveté et son imprévisibilité sont les seules choses que je craigne. Mais la vie est également longue ; une personne de 50 ans peut espérer bénéficier encore de quarante, voire cinquante années productives. C'est grâce à nous-mêmes et nos proches que nous pouvons chaque jour être aussi épanouis et comblés que possible de manière à partager le meilleur de nous-mêmes. Si la vie est incontrôlable à bien des égards, notre bonheur et notre carrière n'ont pas lieu de l'être. Nous pouvons en maîtriser le moindre aspect. Plus vite nous en prendrons conscience, mieux ce sera pour tout le monde.

Je n'ai aucun moyen de vous rendre plus créatif, mais j'espère parvenir à vous inspirer l'état d'esprit qui vous permettra de donner libre cours à cette créativité et de réussir. Nous entendons souvent dire que nous devons choisir entre exercer un métier tolérable pour gagner de l'argent et nous adonner à notre passion en risquant fort de crever la dalle. Certains sont encore persuadés que les gens qui adorent leur travail sont très rares. Foutaises ! Nos choix comme nos opportunités sont infinis si nous comprenons l'environnement numérique actuel. Nous devons juste trouver le courage de faire ce choix. Dans cet ouvrage, vous lirez les témoignages de personnes qui comme vous craignaient pour leur avenir. Qui comme vous avaient des obligations. Qui se sont fait traiter d'imbéciles, d'irresponsables ou d'immatures. Qui ont tout de même suivi leur idée et qui en ont récolté les fruits. Si vous deviez retenir une seule leçon de ce livre, ce serait la suivante : le seul obstacle qui vous empêche d'accéder à une carrière durable et à une vie heureuse, c'est vous-même.



Chapitre 1

La voie est libre

Un entrepreneur est quelqu'un qui trouve une voie.

— SHAUN « SHONDURAS » MCBRIDE

Avec mon premier livre, *Passion.Web*, j'ai voulu apprendre aux entrepreneurs comment monétiser leur passion grâce aux réseaux sociaux afin qu'ils créent une image forte pour attirer des clients et des annonceurs vers leurs sites web et, en outre, qu'ils deviennent des experts ou des personnalités du sport et du monde du spectacle si compétents que les marques et les fournisseurs les paieraient pour parler, être consultants et assister à des événements. En d'autres termes, que l'image personnelle dans le domaine d'activité du lecteur soit suffisamment forte pour faire de lui un influenceur. Toutefois, le terme *influenceur* n'est pas apparu d'emblée, car l'industrie multimilliardaire du marketing d'influence n'en était alors qu'à ses débuts, si bien que ce concept n'était pas encore très populaire à la parution du livre en 2009. De nos jours en revanche, le marketing d'influence est en passe d'occuper une part majeure du marketing traditionnel. En effet, les jeunes consommateurs délaissent de plus en plus les médias traditionnels au profit de contenus en ligne.

- Chaque jour, 1,25 milliard d'heures sont consacrées à regarder YouTube sur le petit écran, tandis que le public pour la télévision traditionnelle diminue tous les ans³.
- Pour cinq minutes passées sur un mobile, une minute est passée sur des applis et des services de Facebook⁴.
- Chaque minute, 65 900 vidéos et photos sont postées sur Instagram⁵.
- Plus de 3 milliards de snaps sont créés chaque jour sur Snapchat et plus de 60 % des publicités sont regardées en audio⁶.

Par conséquent depuis 2009, les marques ont triplé le budget consacré aux réseaux sociaux⁷. Avec l'explosion du nombre de réseaux sociaux permettant d'attirer du monde et les énormes sommes d'argent redirigées vers ces réseaux, le marketing d'influence est devenu une stratégie légitime de monétisation efficace pour quiconque met en ligne son profil – la quasi-totalité des entrepreneurs, en somme.

À quel point est-ce efficace ? En 2016, les dix YouTubeurs qui ont recruté le plus d'abonnés ont perçu un total de 70 millions de dollars⁸. Beaucoup appartiennent à la catégorie des fans de jeux –, mais Lilly Singh est une comédienne-rappeuse qui présente dans ses vidéos la culture pendjabi, Rosanna Pansino est pâtissière et Tyler Oakley un activiste LGBT(Q). L'année précédente, cette liste comprenait la violoniste et performeuse Lindsey Stirling et l'artiste maquilleuse Michelle Phan⁹. Les Instagrameurs les plus populaires gagnent chaque année des sommes à sept chiffres grâce aux seuls réseaux sociaux. Et même avec seulement un millier de *followers*, un Instagrameur débutant touchera environ 5 000 dollars par an avec juste deux posts par semaine. S'il atteint 10 000 abonnés, il pourra espérer 20 000 dollars par an¹⁰. Rien qu'avec deux posts par semaine. Imaginez ce que cela rapporterait si cet Instagrameur était plus prolifique. Réfléchissez-y. Aux États-Unis, le salaire moyen tourne autour de 51 000 dollars par an¹¹. Vous pouvez gagner cette somme en tant que chef de bureau ou en vous occupant de votre propre business dans un domaine que vous aimez plus que tout. Et si vous préférez jouer la prudence, travaillez en tant que responsable administratif, rentrez chez vous, touchez votre salaire et ajoutez-y chaque année 10 000 dollars grâce à Twitch en laissant des gens vous regarder jouer et commenter votre jeu vidéo préféré où vous excellez ; ou utilisez YouTube pour partager de géniales expériences scientifiques ; ou encore postez sur Instagram des photos de vos hérissons affublés de minuscules chapeaux. Grâce à la prolifération des plates-formes et au report de l'intérêt des téléspectateurs et lecteurs de magazines vers Internet, il y a de la place pour toujours plus d'experts et de personnalités permettant de créer un écosystème lucratif et durable qui fasse la promotion de leurs activités principales voire annexes et leur permette de les développer.

L'époque est ainsi idéale, par exemple, pour le mannequinat. Il fut un temps où seule une poignée de superstars figuraient dans des revues de mode et défilaient sur des podiums. Un millier de modèles, moins chanceux, devaient se contenter de publicités dans des magazines et à la télévision. Quant aux autres, en bas de l'échelle, il leur restait les propositions subalternes, catalogues et promotions. Désormais, grâce à Internet, la voie est libre pour quiconque cherche par tous les moyens à augmenter le nombre de ses fans *via* des blogs et des chaînes vidéo afin d'attirer l'attention de centaines de milliers de marques, toutes disposées à dépenser leur argent en contenu et en publicité pour soutenir des personnes séduisantes, populaires et à la mode. En outre, celles et ceux dotés d'un physique avantageux – ou qui tirent parti des filtres et du cadrage – n'ont même pas besoin de poser pour gagner leur vie. En effet, grâce au succès des réseaux sociaux, ils ne sont plus redevables aux magazines ni aux agences ou envers qui que ce soit pour s'enrichir grâce à leur look. Il leur suffit d'éblouir chaque jour sur leur plate-forme et de gagner en popularité pour que les marques les supplient de parler d'elles. Demandez donc à Brittany Xavier (voir page 205).

On définit souvent un influenceur comme une personne qui attire une telle audience sur les réseaux sociaux que les marques la paieront pour participer à des événements, prendre des selfies avec leurs produits ou évoquer leurs services. Les marques ont dépensé des milliards de dollars pour que les célébrités d'Internet chantent les louanges de leurs produits. Le placement de produit est idéal avec YouTube et Instagram. Toutefois, les blogueurs passionnés de moto ou les podcasteurs de confiture de framboises, par exemple, risquent de ne pas se sentir suffisamment photogéniques ou charismatiques pour de fréquents selfies ou vidéos, imaginant que leur seule option pour accroître leur influence et trouver des sources de revenus est limitée à la vente d'espaces publicitaires. C'est faux. Il vous suffit d'utiliser votre contenu de manière astucieuse et stratégique. Prenons mon cas : on m'a payé pour écrire des livres et parler sur la scène nationale et internationale, et j'ai suffisamment gagné pour faire des investissements rentables pour plusieurs générations. Cependant, aucune

société de boissons énergisantes ne m'a payé un kopeck pour dire :
« Mon secret pour réussir est de travailler dix-huit heures par jour. »

Je suis un entrepreneur dont la société numérique axée sur les réseaux sociaux a engrangé 150 millions de dollars, en partie grâce à l'image forte que j'ai développée en créant un contenu de valeur ayant accru mon influence – une manière de réussir parmi d'autres. Quoi qu'il en soit, allez de l'avant et enrichissez-vous peu à peu en diffusant des annonces, par exemple en vendant des espaces publicitaires à une société de barres chocolatées. Lorsque vous aurez gagné en prestige, vous pourrez demander 10 000 dollars rien qu'en posant une barre chocolatée sur votre bureau. Mais n'en restez surtout pas là, car ce n'est qu'un début. Ne commettez pas l'erreur de perdre de l'argent en sous-estimant votre potentiel. Jusqu'à quel stade pouvez-vous aller ? Internet est, pour un entrepreneur, source de revenus potentiels importants : grâce aux plates-formes qui rendent votre image personnelle si puissante que tout le monde voudra vous payer, soit pour acheter vos produits et services, soit pour promouvoir ceux d'un autre, ou tout simplement, pour être vous-même. C'est alors, d'après moi, que vous serez devenu un véritable influenceur. À son apogée, le marketing d'influence accède au rang de télé réalité 2.0. Je veux que vous soyez convaincu d'être la star de demain.

Il n'y a pas de différence entre vous, entrepreneur, et la marque bio de gratin de pâtes qui étend ses activités aux *crackers* au cheddar et à la soupe de nouilles au poulet. Pour la marque, il n'a jamais été question de gratin de pâtes, mais d'aliment-réconfort bio. Vous êtes la femme enceinte qui démarre un podcast sur sa grossesse puis écrit un livre sur l'éducation d'enfants souffrant d'anxiété. Vous êtes l'amatour de cuisine doté d'un superbe flux Instagram qui lance un podcast sur la mise en conserve et à qui l'on propose d'écrire un article sur le jardinage urbain dans un magazine national. Vous êtes le garçon qui a débuté un blog sur le vin visant, en réalité, à se faire un nom pour sa capacité à montrer à d'autres professionnels de meilleurs moyens de communiquer et de vendre... Le compte Instagram n'a pas pour objet la nourriture, mais la manière d'acquérir de l'influence en matière de vie saine. Le podcast sur la future mère est la cerise sur le gâteau de la parentalité...

**Nous espérons que cet extrait
vous a plu !**

Pour acheter ce livre, choisissez sur la liste
de nos libraires le plus proche de chez vous.
Chez certains libraires, vous pouvez commander
en ligne et vous faire livrer à domicile.



Les livres Nouveaux Horizons coûtent
trois fois moins cher

Merci de votre confiance, à bientôt !

