

LE GUIDE ULTIME

AMAZON POWER

DOMINER KDP GRÂCE AU SEO



QUENTIN HAGUET

Le lancement d'un livre est l'une des étapes les plus importantes dans son succès. C'est le moment où vous commencez à “entraîner” l'algorithme d'Amazon pour qu'il favorise votre livre. C'est le moment où vous apprenez si l'argent et le temps que vous avez consacrés à votre ouvrage sont susceptibles de porter leurs fruits.

En bref, c'est une période très stressante. D'autant plus qu'il y a une tonne de choses à faire.

La plupart des auteurs débutants se contentent de publier leur livre sur Amazon KDP, puis d'attendre que les ventes tombent. C'est une grosse erreur.

Le lancement d'un livre est peut-être l'étape la plus importante du processus de publication. C'est pourquoi, dans ce livre, je vais vous guider étape par étape pour élaborer un plan de lancement efficace.

Quentin

SOMMAIRE

Partie I – Percer les Secrets de l'Algorithme Amazon

- L'Algorithme A9 Dévoilé : Ce que Tout Auteur Doit Savoir
- SEO Google vs. SEO Amazon : Les Stratégies Gagnantes Pour Chaque Plateforme

Partie II – Trouver les Mots-Clés qui Font Vendre

- La Méthode Ultime pour Dénicher les Mots-Clés Parfaits
- Optimiser et Affiner vos Mots-Clés pour Booster les Ventes
- Les 50 Caractères Magiques des Cases KDP : Comment Bien Les Exploiter

Partie III – Sélectionnez les catégories qui propulsent au Top des ventes

- Découvrez et Dominer les Catégories qui Génèrent des Best-sellers
- 3 Secrets Surprenants des Catégories Amazon Que Peu Connaissent

Partie IV – Créer un Titre de Livre Irrésistible pour le SEO

- Le Modèle de Titre Idéal pour Séduire l'Algorithme d'Amazon
- Sous-Titre : La Puissance Cachée pour Optimiser votre Visibilité
- +100 modèles de Titres qui Captivent et SEO Friendly

Partie V – Rédiger une Description qui Transforme les Vues en Achats

- Comment Une Bonne Description Booste Vos Chances de Vente
- Techniques Infaillibles pour Rédiger des Descriptions de Non-Fiction et de Fiction

Partie VI – Optimiser la Couverture Pour Attirer et Convaincre

- L'Impact d'une Couverture Bien Conçue sur le Classement
- Étude de Cas : Doubler ses Ventes avec une Couverture Professionnelle

Partie VII – Obtenir des Avis et Bâtir votre Réputation

- Les Avis : Pourquoi Ils Sont Cruciaux pour Votre Référencement
- 4 Techniques Puissantes pour Obtenir des Avis en Masse et Booster Votre Visibilité

I. Percer les Secrets de l'Algorithme Amazon

En tant qu'auteur sur Amazon KDP, comprendre le fonctionnement de l'algorithme A9 est une étape clé pour assurer la visibilité de votre livre et générer des ventes régulières.

Contrairement à d'autres moteurs de recherche, A9 ne se contente pas de classer les contenus en fonction de leur pertinence. Il met en avant les livres qui convertissent le mieux, autrement dit, ceux qui se vendent.

Cet algorithme, invisible mais puissant, impacte directement la manière dont les lecteurs découvrent votre livre.

L'Algorithme A9 Dévoilé : Ce que Tout Auteur Doit Savoir

Amazon A9 est un moteur de recherche interne qui gère la visibilité des produits (y compris des livres) pour les utilisateurs d'Amazon.

En termes simples, A9 analyse un certain nombre de signaux pour déterminer quels livres afficher en premier pour chaque recherche.

Les principaux facteurs de classement incluent la pertinence de vos mots-clés, le taux de clics (CTR), le taux de conversion (CVR), et les avis des clients.

① **Les mots-clés et leur placement**

Les mots-clés sont votre porte d'entrée vers une meilleure visibilité. En les intégrant dans les zones stratégiques, vous aidez A9 à comprendre la nature de votre livre et à le rendre visible pour les recherches pertinentes.

② **Taux de clics et taux de conversion**

L'algorithme évalue aussi la façon dont les visiteurs interagissent avec votre livre lorsqu'il apparaît dans leurs résultats de recherche. S'il attire suffisamment de clics et que ces clics se transforment en ventes, A9 aura tendance à favoriser votre livre.

③ **L'importance des avis clients**

Les avis contribuent également à renforcer la confiance des acheteurs. En cumulant des avis positifs, vous améliorez vos chances de convaincre A9 de la qualité de votre livre.



Astuce : Considérez toujours A9 comme votre allié : il fonctionne pour promouvoir les livres qui répondent aux attentes des clients. Votre rôle est de vous assurer que votre livre attire et convertit.

SEO Google vs. SEO Amazon : Les différences majeures

Si vous avez déjà des notions de SEO pour Google, vous pourriez être tenté d'appliquer ces mêmes techniques à Amazon.

Cependant, bien que Google et Amazon soient tous deux des moteurs de recherche, ils fonctionnent différemment dans leur approche du SEO et des classements.

① **L'intention de recherche**

Google vise à répondre aux questions des utilisateurs, en organisant l'information et en fournissant les réponses les plus pertinentes. Par conséquent, le SEO sur Google met l'accent sur la pertinence du contenu et sur la construction de liens externes pour asseoir la crédibilité.

Amazon, en revanche, se concentre sur les ventes. Son objectif est de convertir les recherches en achats. Ainsi, le SEO Amazon privilégie la capacité d'un produit (ou d'un livre) à générer des ventes.

② L'utilisation des mots-clés

Sur Google, le contenu long, riche en mots-clés et bien structuré est souvent mieux classé.

En revanche, sur Amazon, vous devez être très précis dans le choix de vos mots-clés, car la plateforme privilégie les recherches correspondant le plus précisément aux mots-clés spécifiés.



Astuce : Choisissez des mots-clés de niche pour éviter de vous retrouver noyé dans les résultats de recherche trop vastes.

③ L'importance de la conversion et des avis

Contrairement à Google, Amazon prend en compte les ventes et les avis dans son algorithme de classement. La conversion, – c'est-à-dire la proportion de personnes ayant acheté votre livre après avoir cliqué dessus – est cruciale.

Amazon utilise cette donnée pour évaluer l'attractivité de votre livre. Plus votre livre se vend, mieux il se classera.

④ La mise en forme et l'engagement des lecteurs

Enfin, sur Google, l'engagement des lecteurs se mesure souvent par le temps passé sur la page ou le taux de clics, tandis que sur Amazon, la couverture, le titre, et les mots-clés sont vos principaux leviers d'engagement.

En conclusion, en tant qu'auteur, vous devez appréhender Amazon comme une plateforme de vente optimisée pour la conversion, là où Google reste avant tout un moteur de recherche d'information.

En optimisant votre livre pour Amazon, vous prenez en compte ce qui compte le plus pour l'algorithme A9 : les ventes.

II. Trouver les Mots-Clés qui Font Vendre

Vous êtes écrivain amateur ? Ou peut être célèbre ?

Peu importe, les mots clés pour Amazon KDP sont aussi importants dans un cas comme pour l'autre.

Ce sont ces mots clés qui permettent à votre livre d'être découvert par des acheteurs affamés sur le plus grand marché du livre au monde, j'ai nommé Amazon. Et ce, même pendant que vous dormez.

Mais au juste, qu'est-ce qu'un mot-clé rentable sur Amazon KDP ?

Pour que ça vaille la peine, un mot-clé doit être une phrase ou un mot que :

1. Les acheteurs tapent réellement sur Amazon
2. Les acheteurs sont prêts à payer pour
3. Ou la concurrence n'est pas trop rude

Maintenant que vous savez ce qui fait des bons mots clés Amazon KDP, rentrons dans le détail.

Étape 1 : Trouvez les mots-clés pour Amazon KDP les plus recherchés

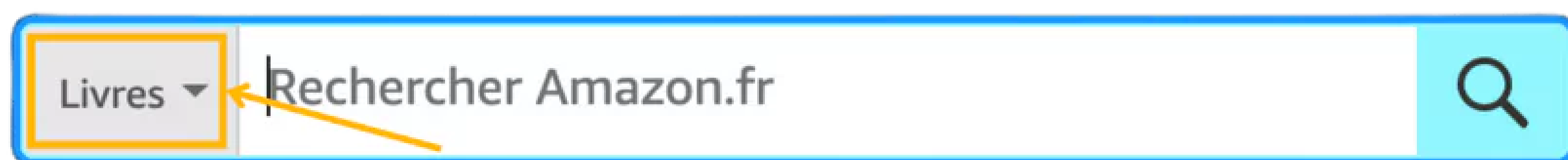
Pour que votre livre soit trouvé par les acheteurs, vous devez savoir ce qu'ils tapent dans la barre de recherche Amazon.

Mais heureusement, le géant américain a créé la fonction de saisie automatique. Autrement dit, lorsque vous tapez quelque chose dans la barre d'Amazon, celui-ci vous propose des suggestions de phrases en rapport avec ce que vous cherchez.

Voici comment savoir ce que les gens cherchent sur Amazon :

1.Assurez-vous d'utiliser le mode navigation privée afin que vos informations précédentes n'affectent pas ce qu'Amazon vous montre.

2.Sélectionnez "*Livres*" comme catégorie Amazon.



3.Commencez à saisir un mot en rapport avec votre livre, et regardez ce qu'Amazon pré-remplit immédiatement dans la barre de recherche.


4.Puis, ajoutez chaque lettre de l'alphabet à la fin de votre mot/phrase et voyez ce qui apparaît.

Continuez ainsi jusqu'à la dernière lettre de votre clavier, vous pourrez être surpris des résultats qui en ressortent !

Comment le faire avec KDSPY



L'inconvénient avec cette méthode, c'est que vous avez les mots clés pour Amazon KDP, mais vous ne savez pas s'ils sont souvent recherchés.


Pour cela, vous aurez besoin d'une petite extension Chrome nommée **KDSPY**, qui fait des miracles.



KDSPY^{pro}

Your extension was recently updated to v5.13.21. [Learn what's new](#) ×

 Options  Logout

 Keyword: **livre immobilier lmn**

[Results](#) | [Analysis](#) | [Insights](#) | [Word Cloud \(20\)](#) | [Book Tracking \(1\)](#)

Results: **1-20**

Avg. Sales Rank: **193,132**

Avg. Monthly Rev: **€330**

Avg. Price: **€17.89**

Avg. No. Reviews: **344**


#	Book Title	More	Length	Price	Est. Mo. Sales	Est. Mo. Rev.	Reviews	Sales Rank
1	Comment INVESTIR en IMMOBILIER LOC...	I S C	578	€27.99	114	€ 3,191	1 124	2,165 ✓
2	LMNP, le guide : pour louer en meublé et o...	I S C	91	€6.9	6	€ 41	144	78,362 ✓
3	L'investissement immobilier locatif intelligen...	I S C	332	€24.97	53	€ 1,323	4 143	5,849 ✓
4	Investissement Immobilier Locatif Livre + R...	I S C	520	€19.8	9	€ 178	31	50,592 ✓
5	Investir dans l'Immobilier: Un véritable guid...	I S C	165	€14.95	2	€ 30	16	245,137 ✓
6	Comment investir en immobilier locatif ? : Li...	I S C	576	€24.67	3	€ 74	31	161,227 ✓
7	Mon premier achat immobilier en LMNP	I S C	66	€6.32	1	€ 6	4	332,166 ✓
8	Investir dans l'immobilier locatif: 3 livres en ...	I S C	150	€13.97	3	€ 42	20	139,938 ✓
9	J'investis sereinement en immobilier locatif:...	I S C	179	€19.8	3	€ 59	483	152,637 ✓
10	77 Exercices Pratiques pour l'Investisseur l...	I S C	288	€27.97	3	€ 84	280	147,569 ✓
11	Top'Actuel Fiscalité du patrimoine 2024-2025	I S C	64	€4.55	29	€ 144	5	12,173 ✓
12	Achat Immobilier - Comment devenir propri...	I S C	217	€5.9	1	€ 6	1	434,420 ✓
13	Investir dans l'Immobilier Locatif: Guide pra...	I S C	325	€19.99	46	€ 920	185	7,014 ✓
14	Les 4 piliers de l'investissement IMMOBILI...	I S C	95	€16.94	2	€ 34	5	218,580 ✓
15	Location meublée : le guide pratique de l'in...	I S C	152	€19.9	1	€ 20	2	342,434 ✓
16	Achat immobilier - Comment faire baisser le...	I S C	133	€19.9	2	€ 40	8	235,635 ✓
17	Comment (bien) investir dans l'immobilier: ...	I S C	217	€21.3	1	€ 21	19	472,358 ✓
18	Immobilier Puissant: Mécanisme d'enrichiss...	I S C	516	€21.09	1	€ 21	5	424,481 ✓
20	Financement illimité: Comment obtenir des ...	I S C	266	€22.63	2	€ 45	40	206,775 ✓


Kindle **14**


Books

Audiobooks **2**

[Pull Results 21-40](#)

 Keywords

 Export

 Help

FR

Region

Total Monthly Rev. **€6,279**

Popularity Potential Competition

Fiez-vous seulement au feu "Popularity".

S'il est vert, alors le mot-clé trouvé avec la technique au-dessus est populaire, c'est donc une bonne nouvelle.

S'il est jaune ou rouge, c'est moins bon signe.

Étape 2 : Trouvez des mots-clés pour Amazon KDP pour lesquels les acheteurs paieront réellement

Oui, les acheteurs peuvent taper tel ou telle expression sur Amazon. Mais ça ne signifie pas pour autant qu'ils passeront à l'achat.

Certains termes peuvent générer BEAUCOUP de recherches, mais n'enclenchent pas de ventes. C'est pourquoi cette étape est importante.

Comment le faire manuellement

Pour savoir si un mot-clé pour Amazon KDP rapporte de l'argent, commencez par effectuer une recherche sur ce mot-clé sur Amazon. Cliquez ensuite sur les trois premiers livres qui apparaissent pour cette recherche.

Ensuite, accédez à leur classement des meilleures ventes Amazon (ABSR) dans la description du produit, copiez-le et collez-le dans [**cette calculatrice Kindle**](#). Elle convertira l'ABSR d'un livre ou d'un Kindle en ventes estimées ce jour-là.

Répétez l'opération pour chaque mot clé, afin de voir si en plus d'être recherchés, ils génèrent des ventes.

Oui, c'est long. Très long. Voilà pourquoi...


Comment le faire avec KDSPY

Si vous souhaitez effectuer cette opération correctement, vous devez analyser non seulement les trois premiers résultats de votre recherche, mais également tous les livres les mieux classés pour chacun de vos mots-clés.

Si vous effectuez cette opération manuellement, ça peut prendre jusqu'à une heure par mot-clé pour bien le faire.



Pour vous faire gagner du temps, **KDSPY** vous montrera les revenus mensuels moyens de tous ces livres les plus vendus.

De quoi économiser des heures de boulot, en plus d'avoir des informations exactes.




KDSPY^{pro}

Your extension was recently updated to v5.13.21. [Learn what's new](#) X



OptionsLogout



Keyword: **livre immobilier lmnp**

[Results](#) | [Analysis](#) | [Insights](#) | [Word Cloud \(20\)](#) | [Book Tracking \(1\)](#)

Results:
1-20

Avg. Sales Rank:
193,132

Avg. Monthly Rev:
€330

Avg. Price:
€17.89

Avg. No. Reviews:
344


#	Book Title	More	Length	Price	Est. Mo. Sales	Est. Mo. Rev.	Reviews	Sales Rank
1	Comment INVESTIR en IMMOBILIER LOC...	I S C	578	€27.99	114	€ 3,191	1 124	2,165 ✓
2	LMNP, le guide : pour louer en meublé et o...	I S C	91	€6.9	6	€ 41	144	78,362 ✓
3	L'investissement immobilier locatif intelligen...	I S C	332	€24.97	53	€ 1,323	4 143	5,849 ✓
4	Investissement Immobilier Locatif Livre + R...	I S C	520	€19.8	9	€ 178	31	50,592 ✓
5	Investir dans l'Immobilier: Un véritable guid...	I S C	165	€14.95	2	€ 30	16	245,137 ✓
6	Comment investir en immobilier locatif ?: Li...	I S C	576	€24.67	3	€ 74	31	161,227 ✓
7	Mon premier achat immobilier en LMNP	I S C	66	€6.32	1	€ 6	4	332,166 ✓
8	Investir dans l'immobilier locatif: 3 livres en ...	I S C	150	€13.97	3	€ 42	20	139,938 ✓
9	J'investis sereinement en immobilier locatif:...	I S C	179	€19.8	3	€ 59	483	152,637 ✓
10	77 Exercices Pratiques pour l'Investisseur I...	I S C	288	€27.97	3	€ 84	280	147,569 ✓
11	Top'Actuel Fiscalité du patrimoine 2024-2025	I S C	64	€4.95	29	€ 144	5	12,173 ✓
12	Achat Immobilier - Comment devenir propri...	I S C	217	€5.9	1	€ 6	1	434,420 ✓
13	Investir dans l'Immobilier Locatif: Guide pra...	I S C	325	€19.99	46	€ 920	185	7,014 ✓
14	Les 4 piliers de l'investissement IMMOBILI...	I S C	95	€16.94	2	€ 34	5	218,580 ✓
15	Location meublée : le guide pratique de l'in...	I S C	152	€19.9	1	€ 20	2	342,434 ✓
16	Achat immobilier - Comment faire baisser le...	I S C	133	€19.9	2	€ 40	8	235,635 ✓
17	Comment (bien) investir dans l'immobilier: ...	I S C	217	€21.3	1	€ 21	19	472,358 ✓
18	Immobilier Puissant: Mécanisme d'enrichiss...	I S C	516	€21.09	1	€ 21	5	424,481 ✓
20	Financement illimité: Comment obtenir des ...	I S C	266	€22.63	2	€ 45	40	206,775 ✓

Kindle 14


Books

Audiobooks 2


[Pull Results 21-40](#)



Keywords



Export



Help




FR

Region

Total Monthly Rev.

€6,279

Popularity Potential Competition



Étape 3 : Analysez la concurrence des mots-clés pour Amazon KDP

Statistiquement, vous devez apparaître dans les 5 premiers livres sur les mots clés pour Amazon KDP que vous visez.

Au-delà, les acheteurs ne cliqueront même plus sur votre fiche produit.

Comment le faire manuellement

Analysez les 10 premiers livres qui apparaissent sur votre mot clé, en prenant en compte les éléments suivants :

① Couvertures de livres

Une **couverture de livre au design attrayant** est très importante. Si la couverture du livre est mauvaise, mais que le livre fait des ventes, alors c'est SUPER ! Vérifiez que vous pouvez créer une couverture de meilleure qualité.

② Titres et sous-titres

Le mot clé est-il dans le **titre** ou le sous-titre ? Est-il pertinent ? Si c'est le cas, sachez que l'auteur cible fortement ce terme.

③ Avis de livres

Combien d'avis ont-ils ? Sont-ils récents ou très anciens ? Sont-ils vérifiés ou non vérifiés ? Quelle note ont-ils ? Avoir de meilleures critiques, et plus nombreuses que celles de vos concurrents, est un moyen infailible de battre la concurrence.

④ **Description du livre**

Les descriptions de livres sont plus importantes que ce que les gens pensent. C'est ce qui incite les acheteurs à cliquer pour acheter. La description de leur livre est-elle bien écrite et bien mise en page ?


⑤ **Âge**

Les livres les plus récents sont généralement encore très appréciés par Amazon et font généralement l'objet de grosses campagnes marketing. Leur nombre et leur popularité sont donc un peu gonflés. Cependant, si le livre contre lequel vous êtes en compétition a des années et qu'il écrase toujours le marché, alors méfiez-vous !

Après avoir examiné le niveau de concurrence, vous devriez avoir des mots clés pour Amazon KDP qui non seulement sont recherchés et rapportent de l'argent, mais qui ne seront pas trop compétitifs. Félicitations !



Comment le faire avec KDSPY


Une fois de plus, KDSPY simplifie cette étape de recherche grâce à son feu tricolore "Concurrence". S'il est vert, alors foncez !



KDSPY^{pro}

Your extension was recently updated to v5.13.21. [Learn what's new](#) X

 Options  Logout

 Keyword: **livre immobilier Imnp**

[Results](#) | [Analysis](#) | [Insights](#) | [Word Cloud \(20\)](#) | [Book Tracking \(1\)](#)







































Results: **1-20**

Avg. Sales Rank: **193,132**

Avg. Monthly Rev: **€330**

Avg. Price: **€17.89**

Avg. No. Reviews: **344**


#	Book Title	More	Length	Price	Est. Mo. Sales	Est. Mo. Rev.	Reviews	Sales Rank
1	Comment INVESTIR en IMMOBILIER LOC...	 I S C	578	€27.99	114	€ 3,191	1 124	2,165 
2	LMNP, le guide : pour louer en meublé et o...	 I S C	91	€6.9	6	€ 41	144	78,362 
3	L'investissement immobilier locatif intelligen...	 I S C	332	€24.97	53	€ 1,323	4 143	5,849 
4	Investissement Immobilier Locatif Livre + R...	 I S C	520	€19.8	9	€ 178	31	50,592 
5	Investir dans l'Immobilier: Un véritable guid...	 I S C	165	€14.95	2	€ 30	16	245,137 
6	Comment investir en immobilier locatif ?: Li...	 I S C	576	€24.67	3	€ 74	31	161,227 
7	Mon premier achat immobilier en LMNP	 I S C	66	€6.32	1	€ 6	4	332,166 
8	Investir dans l'immobilier locatif: 3 livres en ...	 I S C	150	€13.97	3	€ 42	20	139,938 
9	J'investis sereinement en immobilier locatif:...	 I S C	179	€19.8	3	€ 59	483	152,637 
10	77 Exercices Pratiques pour l'Investisseur I...	 I S C	288	€27.97	3	€ 84	280	147,569 
11	Top'Actuel Fiscalité du patrimoine 2024-2025	 I S C	64	€4.95	29	€ 144	5	12,173 
12	Achat Immobilier - Comment devenir propri...	 I S C	217	€5.9	1	€ 6	1	434,420 
13	Investir dans l'Immobilier Locatif: Guide pra...	 I S C	325	€19.99	46	€ 920	185	7,014 
14	Les 4 piliers de l'investissement IMMOBILI...	 I S C	95	€16.94	2	€ 34	5	218,580 
15	Location meublée : le guide pratique de l'in...	 I S C	152	€19.9	1	€ 20	2	342,434 
16	Achat immobilier - Comment faire baisser le...	 I S C	133	€19.9	2	€ 40	8	235,635 
17	Comment (bien) investir dans l'immobilier: ...	 I S C	217	€21.3	1	€ 21	19	472,358 
18	Immobilier Puissant: Mécanisme d'enrichiss...	 I S C	516	€21.09	1	€ 21	5	424,481 
20	Financement illimité: Comment obtenir des ...	 I S C	266	€22.63	2	€ 45	40	206,775 


Kindle **14**


Books


Audiobooks **2**

[Pull Results 21-40](#)

 Keywords




 Export

 Help

FR 

Region

Total Monthly Rev.
€6,279

Popularity Potential Competition
  

7 mots-clés Amazon KDP : devez-vous utiliser les 50 caractères ?

C'est une question qu'on me pose énormément par mail : *"Quentin, dois-je utiliser les 50 caractères dans les 7 mots-clés Amazon KDP ?"*.

Effectivement, n'aimeriez-vous pas que votre livre soit encore plus visible sur Amazon ? Que son classement soit meilleur, et qu'il apparaisse bien plus de fois dans les recherches des internautes ?

Pour cela, Amazon KDP nous offre des cases, 7 mots-clés Amazon KDP à remplir, de 50 caractères maximum chacun.

Certains experts affirment qu'il faut utiliser le maximum de caractères possible, tandis que d'autres clament qu'il suffit simplement de saisir une phrase ciblée.

Ces deux sons de cloche laissent la plupart des auteurs indépendants perplexes, se demandant concrètement comment remplir ces fichus 7 mots-clés Amazon KDP.

7 mots-clés Amazon KDP : c'est quoi exactement ?

Au cas où vous ne voyez pas ce que sont les 7 mots-clés Amazon KDP, voici une explication rapide, avant de passer aux choses concrètes.

Mots-clés

Sélectionnez jusqu'à sept mots-clés mettant en évidence les spécificités de votre livre. Les mots-clés sont généralement de courtes phrases, d'une longueur maximale de 50 caractères, que les clients utilisent pour affiner leur recherche de livres sur Amazon. Exemple : livres de fantasy médiévale. [Comment choisir les mots-clés ?](#) ▾

Vos mots-clés (Facultatif)

Vous pouvez saisir 50 caractères par cases (il y en a 7). Mais cette situation amène les auteurs à se poser la question suivante :

"Dois-je remplir 50 caractères par case, ou insérer seulement une phrase spécifique ?"

Autrement dit : devez-vous voir large ou être plus précis avec vos mots-clés Amazon KDP ?

Heureusement, un américain nommé Dave a mené une petite expérience pour répondre à cette question.

L'expérience de Dave sur les 7 mots-clés Amazon KDP

Pour mener à bien cette expérience, Dave avait besoin de deux choses :

- 1.Des bénévoles désireux de soumettre leurs 7 mots-clés Amazon KDP actuels et prêts à les modifier
- 2.Créer un robot d'exploration spécialisé pour trouver des mots-clés et savoir si les livres sont indexés pour ceux-ci et où ils se classent

Finalement, Dave a sélectionné 120 livres : 82 de fiction et 38 de non-fiction. Pour chacun de ces livres, chaque auteur a soumis ses 7 mots-clés Amazon KDP.

Puis, il a utilisé un robot d'exploration spécialement conçu par son équipe pour l'occasion. Oui, rien que ça.

Le robot a travaillé sans relâche pendant des jours, analysant des dizaines de milliers de possibilités de mots-clés.

Puis, Dave a demandé aux volontaires de modifier leurs 7 mots-clés Amazon KDP, avant de vérifier si des changements s'opéraient.

Voici les 6 conclusions que Dave et son équipe ont pu tirer de cette expérience très intéressante.

Étape 1 : Trouvez 1 à 3 phrases clés très ciblées

Ces 1 à 3 expressions clés doivent être :

① Très pertinentes pour votre livre

Considérez-les comme les phrases descriptives parfaites que votre lecteur cible taperait sur Amazon pour rechercher votre livre.

② Faites en sorte que les acheteurs les recherchent

Étant donné que nous allons brûler quelques-unes de nos sept boîtes pour ces expressions, elles DOIVENT réellement être recherchées par des personnes. C'est là où l'utilisation de **KDSPY** est très importante.

③ Pas trop compétitif

En utilisant une case pour un mot-clé important, vous devez vous assurer tout de même qu'il ne soit pas trop compétitif. Vous pouvez également voir cette donnée avec KDSPY.

Si vous trouvez 1 à 3 phrases qui reflètent ces trois caractéristiques, je vous recommande absolument d'utiliser une case spécifique pour chacune d'elles.

Étape 2 : Utilisez 1 à 2 cases pour cibler vos catégories

Je vous recommande de garder au moins 1 à 2 cases des 7 mots-clés Amazon KDP pour "renforcer" l'appartenance de votre livre aux catégories auquel il appartient.

Par exemple, si votre livre sur le dressage de chien est dans la catégorie "Chiens" ou "Animaux de A à Z", alors insérez ces expressions dans vos cases de mots-clés.

Étape 3 : Pour le reste, complétez avec des termes et des expressions spécifiques à votre niche

Pour les cases qu'il vous reste, remplissez-les le plus possible jusqu'aux 50 caractères, avec des mots-clés spécifiques à votre niche.

Pour la fiction, créez une liste de mots qui décrivent :

- Votre personnage ou son rôle
- Le cadre et l'époque de l'histoire
- Votre genre ou la saveur de votre genre (romance torride, amour sain, érotisme, etc.)
- Synonymes de ce qui précède

Pour la non-fiction, créez une liste de mots qui décrivent :

- Les points sensibles de votre lecteur cible
- Le succès que votre lecteur espère obtenir de votre livre
- Le type de lecteur ou sa démographie
- Synonymes de ce qui précède

4 questions auxquelles l'expérience a répondu sur les 7 mots-clés Amazon KDP

Voici quelques-unes des réponses que l'expérience a permis de dévoiler.

1. Le fait de remplir les 50 caractères indexe-t-il votre livre pour plus de mots-clés ?

D'après les résultats de l'expérience de Dave, la réponse est clairement oui. Plus vous insérez de mots-clés dans les 7 cases Amazon KDP, plus votre livre sera indexé.

2. Amazon réorganise-t-il les mots ou utilise-t-il simplement la phrase exacte que vous saisissez ?

Bonne nouvelle : Amazon KDP utilise absolument toutes les variantes des mots que vous saisissez dans une case.

À noter également qu'Amazon prend en compte le pluriel des mots. Pas besoin donc de mettre la version au singulier, plus celle au pluriel.

3. Si j'utilise le même mot-clé plusieurs fois, ça m'aide ou ça me nuit ?

Amazon indique clairement dans ses conditions que vous devez éviter de réutiliser un même mot-clé qui apparaît ailleurs dans les métadonnées de votre livre (titre, description, etc.).

Mais en réalité, vous ne serez pas pénalisé pour ça. En revanche, vous ne serez pas mis plus en avant pour autant.

4. Est-il préférable de mettre mon mot-clé dans le titre et le sous-titre ou dans les 7 mots-clés Amazon KDP ?

Pour faire court, oui, il est préférable d'insérer votre mot-clé dans votre titre ou sous-titre. Clairement, ça a plus d'impact.

Concrètement, plus vous insérez des mots-clés dans vos 7 cases, plus votre livre sera indexé sur Amazon. Mais d'un autre côté, vous affaiblirez votre classement sur ces expressions, car leur pouvoir sera dilué.

Voilà pourquoi je vous recommande d'utiliser la combinaison de deux tactiques différentes :

1. Garder 3 cases pour insérer des phrases clés spécifiques
2. Remplir les autres cases le plus possible avec des mots-clés (jusqu'au 50 caractères maximum)

Comment modifier vos mots-clés KDP et pourquoi le faire

Saviez-vous que vous pouvez modifier vos mots-clés KDP à tout moment ?

Avec une bonne stratégie de mots-clés, cette astuce peut à elle seule relancer un livre tombé dans les abîmes.

Mais attention. Pour y parvenir, vous devez disposer d'un processus fiable. Si vous ne le suivez pas, vous risquez même de nuire au référencement de votre ouvrage.

Tout d'abord, discutons de ce qui se passe lorsque vous sélectionnez des mots-clés pour votre livre.

Lorsque vous remplissez vos 7 cases de mots-clés Kindle, vous indiquez à Amazon pour quels mots ou expressions vous souhaitez que votre livre apparaisse.

Sur la base d'une expérience réalisée par un américain nommé Dave sur des centaines de livres publiés sur Amazon, il en ressort ce qui suit :

Amazon utilise toutes les différentes combinaisons de mots dans chaque case pour créer davantage de phrases clés pour lesquelles votre livre s'affichera.

Cependant, plus votre phrase est spécifique, plus le rang initial que vous obtenez est généralement élevé.

Amazon crée également automatiquement des pluralisations des mots et des phrases dans chaque case.

Les mots du titre et du sous-titre ont plus de poids que ceux de la zone des mots-clés.

Mais qu'est-ce qui fait qu'un livre ne parvient pas à bien se positionner sur ses mots-clés ? Eh bien, voici quelques éléments :

- Mauvaise couverture
- Description du livre mal écrite
- La couverture + le titre + le sous-titre n'en disent pas assez au client sur le livre
- Mauvais avis
- Mots-clés larges qui ne correspondent pas vraiment

Si vous sélectionnez vos mots-clés et que votre livre obtient de bons résultats avec, Amazon vous classera mieux et vous aidera à apparaître plus souvent.

Si votre livre n'obtient pas de bons résultats, le classement de votre livre pour ces mots-clés chutera et, à terme, votre livre disparaîtra de ces recherches sur Amazon.

Alors, que pouvez-vous tirer de ça pour modifier vos mots-clés KDP ?

Quand devriez-vous modifier vos mots-clés KDP ?

Si vous n'avez pas réalisé de ventes, vous devriez les modifier et voir si ça peut vous aider à revenir sous les projecteurs.

Cependant, si vous avez un livre qui marche bien et qui génère des ventes organiques, vous devriez quand même penser à les changer. Parmi les 7 cases, il se peut qu'une ou deux d'entre elles vous aident réellement le plus tandis que d'autres sont sous-performantes.

Par conséquent, en utilisant la stratégie que je détaille ci-dessous, vous pouvez améliorer votre optimisation et augmenter vos ventes.

Quelle stratégie utiliser pour modifier vos mots-clés KDP ?

Comme dit plus haut, il se peut qu'une case de mots-clés soit performante par rapport aux autres. Ou l'inverse. Par conséquent, ma règle générale pour modifier vos mots-clés KDP est de ne pas les changer tous en même temps, mais plutôt d'en changer seulement quelques-uns à la fois.

Voici ce que vous devez faire :

1. Modifiez vos mots-clés dans deux cases à la fois.
2. Enregistrez les deux mots-clés originaux qui se trouvaient dans la boîte sur une feuille séparée au cas où vous en auriez besoin plus tard.
3. Attendez 5 à 7 jours après avoir modifié vos mots clés pour voir si vous constatez une augmentation des ventes ou non.
4. Si vos ventes diminuent, remettez les deux cases d'origine et indiquez qu'elles ont eu un effet important. Passez ensuite à deux autres cases.
5. Si vos ventes augmentent, marquez-les comme mots-clés utiles et passez à deux autres cases.
6. Vérifiez que vous êtes dans les mêmes catégories, car vos mots-clés peuvent affecter les catégories qu'Amazon vous attribue (même si vous en avez sélectionné certaines dans KDP).

Et si vous ne constatez aucune vente durable ? Eh bien, c'est là qu'intervient **ma stratégie secrète**.

Étape par étape : comment modifier vos mots-clés KDP

1. Accédez à votre tableau de bord [ici](#).
2. Entrez vos informations de connexion et assurez-vous que vous êtes sur l'onglet Bibliothèque.
3. Passez la souris sur les trois points à côté de votre livre et cliquez sur "Modifier les détails du livre électronique".
4. Faites défiler jusqu'aux sept cases de mots-clés Kindle et modifiez vos mots-clés.
5. Cliquez sur "Enregistrer et continuer" puis sur "Publier" une fois que vous avez atteint votre page de tarification.

Comme je l'ai déjà mentionné, il faudra environ 24 heures à Amazon pour modifier vos mots-clés. Après ça, vous commencerez à voir des différences dans le nombre de livres que vous vendez : soit plus, soit moins.

Évidemment, vous visez plus que moins, n'est-ce pas ? Et comme je l'ai mentionné, si les résultats ne sont pas positifs, vous pouvez rétablir vos mots-clés tels qu'ils étaient auparavant ou essayer différentes combinaisons de mots-clés.

Ma recommandation pour modifier vos mots-clés KDP

Modifier vos mots-clés KDP est un processus que vous pouvez effectuer à tout moment et, s'il est effectué correctement, il peut soit donner un nouveau souffle aux ventes de votre livre, soit améliorer sa position déjà solide.

Il peut également vous fournir des informations précieuses sur les expressions clés qui ont contribué à faire bouger les choses.

Ainsi, si vous décidez de modifier vos mots-clés KDP, assurez-vous d'utiliser le processus ci-dessus pour suivre et comprendre systématiquement quelles expressions de mots-clés font bouger les choses pour vos ventes de livres.

III. Sélectionner les Catégories qui Propulsent au Top des Ventes

Les catégories de livres Amazon KDP que vous choisirez auront un effet direct sur votre capacité à devenir ou non un auteur à succès sur Amazon.

Choisissez les mauvaises catégories et peu importe le nombre de livres que vous vendrez, vous ne deviendrez pas un best-seller sur Amazon.

Choisissez la bonne, et vous pourriez devenir un best-seller quotidien avec un minimum de marketing et d'efforts.

Oui, c'est aussi simple que ça... mais seulement si vous savez ce que vous cherchez.

Comment devenir un auteur à succès n°1 sur Amazon

Comment un auteur peut-il non seulement s'assurer d'atteindre ce classement de best-seller, mais aussi de le conserver ?

Voyons comment Amazon choisit quel livre est le best-seller n°1 d'une catégorie. Tout commence par le classement des meilleures ventes Amazon (ABSR) de votre livre.

Détails sur le produit

Éditeur : VUIBERT; 1er édition (9 février 2022)

Langue : Français

Broché : 376 pages

ISBN-10 : 2311625551

ISBN-13 : 978-2311625554

Poids de l'article : 527 g

Dimensions : 15 x 3 x 22 cm

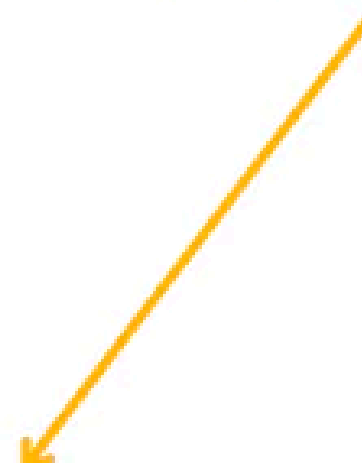
Classement des meilleures ventes d'Amazon : 63 428 en Livres (Voir les 100 premiers en Livres)
65 en [Secteur de l'immobilier \(Livres\)](#)

76 en [Guides pratiques bourse et finance](#)

78 en [Promotions et augmentations](#)

Commentaires client : 4,6 ★★★★★ ▼ 49 évaluations

ABSR



Amazon attribue l'ABSR d'un livre en fonction du nombre de ventes ou de téléchargements qu'il a réalisé sur une certaine période de temps par rapport à tous les autres livres sur le marché Amazon.

Ainsi, si vous avez un ABSR de 1 000, cela signifie qu'à ce moment-là, il y a 999 livres sur Amazon qui se vendent mieux que vous.

Donc, si votre livre a le plus faible ABSR de tous les livres rattachés à une catégorie Amazon, alors vous êtes le best-seller n°1 dans cette catégorie. C'est aussi simple que ça.

Ainsi, le choix de vos catégories de livres Amazon KDP aura un effet direct sur votre capacité à devenir ou non un best-seller.

AVERTISSEMENT : Choisissez judicieusement vos catégories

Voici 3 conseils à suivre impérativement pour choisir vos catégories Amazon KDP.

① Choisissez des catégories pertinentes

Les auteurs classent leurs livres de manière incorrecte depuis des années (dans l'espoir d'être bien classés dans une catégorie à faible concurrence).

Ça ne fonctionnera pas pour vous à long terme. Choisissez uniquement des catégories pertinentes pour votre livre. Sinon, Amazon pourrait vous éjecter des catégories ou vous placer dans d'autres catégories que vous ne souhaitez pas.

② **Explorez les sous-catégories**

Lorsque vous saisissez vos catégories, vous devez explorer autant que possible les sous-catégories. Celles-ci auront non seulement le moins de concurrence, mais donneront également à Amazon une meilleure idée du sujet de votre livre.

De plus, si vous choisissez une sous-catégorie, Amazon vous inclut automatiquement dans les catégories plus larges situées au-dessus.

③ **Sortez des sentiers battus**

Même si votre livre est peut-être mieux placé dans une catégorie très concurrentielle, il existe peut-être d'autres catégories de niche auxquelles vous appartenez. Par exemple, si vous écrivez une fantaisie épique, la catégorie "Fantaisie épique" sera probablement bondée. Vous devriez quand même sélectionner celle-ci, car elle est pertinente, mais peut-être que votre livre contient également des éléments de mythologie nordique. Dans ce cas, vous pouvez sélectionner "Mythologie nordique" comme deuxième catégorie. Essayez de choisir des catégories qui représentent un large éventail d'intérêts, plutôt que trois qui sont toutes étroitement liées.

Secret n°1 : 54 % des catégories sont des doublons

De nombreux auteurs ne réalisent pas que la MAJORITÉ des catégories sur Amazon sont des doublons.

Autrement dit, si vous en sélectionnez 2 ou 3 dans le cadre de vos trois catégories, vous n'en sélectionnez en réalité qu'une seule.

Par exemple, ces trois chaînes de catégories (qui peuvent toutes être sélectionnées indépendamment comme trois catégories Amazon KDP) mènent toutes à la même page :

1. Livres › Mystère, Thriller et Suspense › Mystère › Historique
2. Livres › Littérature et fiction › Fiction historique › Mystères
3. Livres › Littérature et fiction › Fiction de genre › Historique › Mystères

Secret n°2 : 27 % des catégories sont des catégories fantômes

Il s'agit d'une autre information extrêmement importante. Plus de 27 % des catégories Amazon KDP que vous pouvez sélectionner dans le tableau de bord sont ce que j'appelle une "catégorie fantôme".

Il s'agit de catégories dans lesquelles, si votre livre y est répertorié, vous ne pouvez pas obtenir d'étiquette de best-seller.

C'est parce que ce n'est pas vraiment une catégorie. Le pire, c'est que, à cause de ça, un acheteur sur Amazon ne peut même pas trouver cette page de catégorie.

Ainsi, les catégories fantômes non seulement ne vous permettent pas d'obtenir un tag de best-seller, mais les acheteurs ne peuvent même pas trouver votre livre dans cette catégorie fantôme. Et 27 % des catégories Amazon KDP que vous pouvez sélectionner sont comme ça.

Secret n°3 : Amazon choisit le nombre de catégories dans lesquelles vous pouvez être

Ce que j'ai pu observer au cours de mes années d'expérience sur Amazon KDP, et en discutant avec d'autres auteurs est la chose suivante.

Vous pouvez choisir vos 3 catégories, mais Amazon ne garantit pas que vous serez placé dans ces catégories Amazon KDP.

En fait, Amazon place votre livre dans des catégories supplémentaires que vous n'avez pas sélectionnées. C'est parce que la plateforme ne se base pas uniquement sur les catégories que vous avez choisies, mais qu'elle considère la situation dans son ensemble, en fonction de :

1. Vos mots-clés
2. Votre description de livre
3. Le contenu de votre livre

C'est une autre raison pour laquelle vous ne devez pas vous tromper dans votre sélection des catégories Amazon KDP.

Si elles ne sont pas exactes et pertinentes pour votre livre, Amazon s'en rendra probablement compte et vous retirera de ces catégories.

C'est donc une bonne et une mauvaise nouvelle : la bonne nouvelle est que vous pourrez peut-être accéder à d'autres catégories en optimisant soigneusement vos mots-clés et votre contenu. La mauvaise nouvelle est que vous n'avez aucune garantie que les 3 catégories que vous avez choisies seront acceptées.

Trouver les bonnes catégories KDP

Étape 1 : Catégories de livres à rechercher sur Amazon

Voici comment trouver les bonnes catégories Amazon KDP.

Saisissez dans la barre de recherche Amazon des mots décrivant votre livre. L'objectif est d'obtenir une liste de livres similaires au vôtre.

Passez ensuite systématiquement en revue chaque livre et vérifiez leur liste de catégories comme ci-dessous :

3 en Zoologie pour adolescents

10 en Mammifères

20 en Chiens (Livres)

Une autre option consiste à parcourir simplement les catégories d'Amazon en allant dans la barre latérale et en explorant jusqu'à ce que vous trouviez les catégories spécifiques que vous souhaitez.

Étape 2 : Consultez le best-seller n°1 dans cette catégorie

Maintenant que vous avez une liste de catégories Amazon KDP potentielles, il est temps de voir laquelle a le plus de chances de faire de vous un best-seller.

Pour ce faire, cliquez simplement sur le lien de catégorie sur la page de vente d'un livre. Cela vous amènera à la liste des best-sellers de cette catégorie.

Ensuite, cliquez sur le livre le plus vendu n°1 dans cette catégorie de livres Amazon.

Il vous suffit ensuite d'utiliser la **petite extension magique KDSPY** qui vous indiquera en quelques secondes le nombre de livres à vendre par jour pour être numéro 1 dans cette catégorie.

Répétez l'opération pour chaque catégorie Amazon KDP de votre liste, et sélectionnez les trois qui demandent le moins de livres à vendre par jour.

Ce sont les catégories Amazon KDP où il vous sera le plus facile de vous positionner en tant que best-seller !

Étape 3 : Ajoutez vos catégories Amazon KDP à votre livre

Dans votre **tableau de bord Amazon KDP**, vous avez la possibilité de sélectionner jusqu'à trois catégories Amazon pour chaque livre.

Étape 1 : Depuis votre tableau de bord KDP, accédez à la page "*Détails du livre*", qui est également la première page que vous voyez lorsque vous créez un nouveau livre.

Étape 2 : Sous la section intitulée Catégories, sélectionnez le bouton indiquant Choisir les catégories.



Étape 4 : sélectionnez vos catégories principales et vos sous-catégories.

Maintenant que vous connaissez le pouvoir des catégories Amazon KDP et ce qu'il faut pour se classer n°1 dans une catégorie de livres Amazon spécifique, il est temps d'agir !

IV. Créer un Titre de Livre Irrésistible pour le SEO

Vous devez trouver un titre de livre, votre livre, et il doit être excellent. Non, pas excellent... BRILLANT.

Il doit tendre la main et saisir votre lecteur par les épaules, le regarder droit dans les yeux et crier "ce livre est exactement ce que vous recherchiez !"

Et vous devez le faire en 3 à 7 mots.

Si vous avez du mal à comprendre comment trouver un titre de livre, je suis sur le point de vous faciliter la vie.

Alors, arrêtez de vous cogner la tête contre les murs, détendez-vous et lisez la suite.

Trouver un titre de livre n'est plus qu'à une portée de main.

Pourquoi vous ne pouvez pas vous permettre de bâcler le titre de votre livre

Le titre de votre livre est important. Mais vous le savez déjà, sinon vous ne seriez pas ici.

Mais juste au cas où vous penseriez à parcourir rapidement ces lignes et à le faire à moitié, voici les raisons pour lesquelles votre titre est si important :

- **Facilité de recherche** : vous voulez que votre livre soit en tête des recherches sur Amazon sur votre niche. Un titre mal rédigé vous fermera des portes à tout jamais.
- **Le bouche-à-oreille** : les gens parlent de vos livres. Ils les recommandent à leurs amis, à leur famille, etc. Parleront-ils de votre livre s'ils ne se souviennent pas de votre titre de livre ?
- **Premières impressions** : votre titre de livre est le premier aperçu que votre lecteur aura de votre ouvrage (avec sa couverture). S'il ne s'identifie pas à votre titre, il ne le lira jamais.

Alors... ne faites pas les choses à moitié, ok ?

5 missions essentielles que le titre de votre livre doit accomplir

Si vous voulez que les gens lisent et recommandent votre livre, votre titre doit atteindre plusieurs objectifs.

Faire stopper net le regard

Pensez à la façon dont vous parcourez Amazon. Vous passez la majeure partie de votre temps à parcourir rapidement les titres et à en écarter mentalement la plupart parce qu'ils sont ennuyeux ou qu'ils ne vous parlent pas du tout.

Jusqu'à ce qu'un titre attire votre regard.

Le titre de votre livre peut attirer l'attention en :

- Utiliser des mots-clés issus du sujet de votre livre
- Promettre une solution au problème du lecteur
- Le rendre provocateur ou controversé
- Utiliser des mots chargés d'émotion

Par exemple, quel titre de livre est le plus susceptible d'attirer votre attention si vous êtes une mère qui travaille avec trois enfants et qui a du mal à maintenir votre maison en ordre ?

1. *Comment nettoyer votre maison étape par étape*

2. *Le Guide De Survie pour garder une maison rangée en ayant la tête sous l'eau*

Le deuxième, n'est-ce pas ? Il promet un résultat, tout en reconnaissant la véritable difficulté à laquelle les parents sont confrontés pour faire face aux tâches ménagères.

2. Rester gravé dans la mémoire

Imaginez que quelqu'un lise votre livre et l'adore. Il sort dîner avec un groupe d'amis et souhaite recommander votre livre. Mais il ne se souvient tout simplement pas du titre !

Votre livre doit rester gravé dans la mémoire des lecteurs. Pour ça, vous pouvez :

- Rendre la prononciation facile
- Éviter tout jargon technique ou scientifique
- Utiliser un langage puissant et émotionnel

De quel titre de livre êtes-vous le plus susceptible de vous souvenir ?

1. Comment se remettre d'une insomnie clinique sévère et d'un manque de sommeil

2. Dormez mieux maintenant

Le deuxième, n'est-ce pas ? Il est beaucoup plus concis, évite les termes techniques et fait une promesse puissante au lecteur.

Et comme vous le verrez dans nos modèles plus tard, vous pouvez avoir un titre principal court, puis un sous-titre plus long. Par exemple, Dormez mieux maintenant aurait probablement un sous-titre comme :

Dormez mieux maintenant : comment vaincre l'insomnie et dormir plus profondément

Mais ce que je veux dire, c'est que les gens seront capables de se souvenir du titre principal suffisamment bien pour retrouver le livre.

3. Clarifier le message

Vous vous souvenez quand nous avons parlé de vos habitudes d'achat sur Amazon ? Rapides et intuitives, n'est-ce pas ? Lorsque vous regardez un titre et que vous ne savez pas ce qu'il signifie, ou qu'il ne vous dit pas instantanément de quoi il parle... eh bien, vous passez outre et ne revenez jamais en arrière.

Le titre de votre livre doit donc clarifier le sujet et l'objectif de votre livre. Vous pouvez le faire en :

- Utilisant des mots-clés issus du sujet de votre livre
- Utilisant des expressions telles que "comment faire..." ou "10 étapes pour..." lorsque vous souhaitez enseigner une compétence
- Promettant un résultat précis

Quel titre de livre transmet le message le plus clair ?

Esprit fou et encombré

Désencombrez votre esprit : 10 étapes pour la paix et la clarté mentale

Le deuxième titre est très clair sur le problème qu'il va résoudre pour le lecteur et sur le résultat qu'il obtiendra.

Le premier est super vague, et on ne sait même pas s'il s'agit d'un livre de développement personnel ou d'une biographie.

4. Se prononcer facilement

Nous avons établi que le titre de votre livre doit empêcher votre lecteur de faire défiler la page, rester dans son esprit et transmettre votre message. Il ne peut accomplir aucun de ces objectifs si le lecteur ne peut pas le prononcer !

Lisez donc votre titre à voix haute et assurez-vous qu'il soit facile à prononcer. Vous pouvez éviter les titres imprononçables en :

- Gardant le titre succinct (au moins le titre principal)
- Évitant de nommer le livre d'après des noms de personnages difficiles à prononcer
- Évitant le jargon technique
- Le lisant à voix haute et demander aux autres de le lire à voix haute également pour vous assurer qu'il est facile à prononcer

Quel titre est le plus facile à prononcer ? Regardons deux véritables livres de fiction du genre fantastique :

Le Silmarillion de JRR Tolkien

Je suis une légende de Richard Matheson

Le deuxième, n'est-ce pas ? Je ne cherche pas à dénigrer Tolkien. Si vous êtes déjà un écrivain de fantasy légendaire, vous pouvez vous en sortir avec un titre de livre difficile à prononcer. Mais si ce n'est pas le cas, restez simple !

5. Paraître cool

En voici un que vous n'avez peut-être pas pris en compte : le titre de votre livre doit mettre en valeur votre lecteur.

N'oubliez pas que les gens parlent de livres entre eux. Ils s'assoient également dans le métro ou sur un banc public et lisent leur livre avec la couverture exposée.

La vérité est que les gens parlent de leur livre actuel à leurs proches si celui-ci paraît cool ou intelligent. S'ils pensent que leur livre les embarrassera, alors ils n'en parleront pas.

Supposons que votre belle-mère ait des problèmes digestifs. Quel livre lui recommanderiez-vous ?

Les meilleures selles de tous les temps : comment éliminer les hémorroïdes et obtenir un transit intestinal parfait

Des intestins heureux et en bonne santé : 50 superaliments pour une digestion saine

Certains pourraient penser que le premier titre est humoristique et direct. Et si vous visez un public avec le sens de l'humour et que votre style d'écriture est un peu plus amusant et audacieux, il pourrait bien fonctionner. Mais le deuxième titre ne gênera personne.

Pour éviter les titres embarrassants, posez-vous simplement la question suivante : quelqu'un serait-il fier de recommander ce titre à ses amis ou à sa famille ? Comment mon titre se reflétera-t-il sur mon lecteur ?

Ça devrait vous aider à trouver un titre de livre que les lecteurs sont prêts à partager.

Comment trouver un titre de livre brillant en 5 étapes simples

Maintenant que nous avons couvert tous les objectifs que votre livre doit atteindre, passons au processus de rédaction de votre titre.

De cette façon, vous serez dans le bon état d'esprit pour tirer le meilleur parti de tous les modèles que vous pourrez télécharger juste après.

Voici donc les étapes que vous suivrez pour rédiger votre titre...

Étape 1 : Comprendre le message principal de votre livre

Dans la dernière section, nous avons parlé de la manière dont le titre de votre livre doit clarifier le message de votre ouvrage.

Alors... quel est le message de votre livre ?

Si vous écrivez de la non-fiction, quelle est la thèse centrale de votre livre ? Si votre livre apprend au lecteur à faire quelque chose, quelle est-elle ?

Si vous écrivez de la fiction, vous devez prendre en compte le message central et les thèmes sous-jacents à l'histoire et aux personnages.

Étape 2 : Examinez les titres de livres populaires dans votre niche

Vous voulez que le titre de votre livre s'intègre à sa niche, mais se démarque également.

Lorsque vous accédez à Amazon et examinez les titres de livres dans votre niche, vous commencerez à remarquer des modèles bien particuliers.

Regardons quelques titres de non-fiction :

Le pouvoir du moment présent par Eckhart Tolle

Le mythe de la normalité par Gabor Maté

Le pouvoir de l'intention par le Dr Wayne Dyer

Vous remarquez un modèle ? Il ressemble à ça :

Le [Nom impactant] de [Concept de changement de paradigme]

Ou que diriez-vous de ces livres de fiction :

Les Femmes de Kristen Hannah

Le patient silencieux d'Alex Michaelides

La servante de Freida McFadden

Remarquez-vous le modèle ici ? "Le [sujet, personnage ou lieu dans le livre]"

Lorsque vous écrivez votre titre, allez sur Amazon et parcourez votre genre. Prenez des notes sur les tendances que vous voyez.

Étape 3 : Réfléchissez à quelques titres

Votre prochaine étape consiste à commencer à réfléchir.

Ouvrez un document vierge ou prenez un cahier et commencez à écrire quelques titres de livres possibles.

Ne réfléchissez pas trop, commencez simplement à écrire ce qui vous vient à l'esprit. Même si certains des premiers titres semblent ridicules, ils vous aideront à stimuler votre créativité pour que les bons puissent finalement voir le jour.

Essayez les modèles accessibles plus loin dans cet article pour gagner du temps.

Et écrivez autant de titres que vous pouvez : plus il y en a, mieux c'est !

Étape 4 : Choisissez une liste restreinte de “finalistes”

Pendant que vous réfléchissez, vous pouvez placer une petite étoile à côté de celles que vous préférez. Ça facilitera cette étape.

Lorsque vous sentez que vous avez épuisé votre brainstorming, rassemblez tous les titres que vous avez "marqués d'une étoile" et ajoutez-les à une liste.

Réduisez maintenant la liste à vos cinq titres préférés.

Revenez aux "5 missions essentielles" ci-dessus et assurez-vous que chaque titre attire l'attention, clarifie votre message, reste dans l'esprit de votre lecteur, est facile à dire et reflète bien le lecteur.

Étape 5 : Testez vos titres

Maintenant que vous avez votre "top 5", il est temps de faire quelques tests.

Tout d'abord, recherchez votre titre sur Google pour vous assurer qu'il n'existe pas d'autres livres portant le même titre ou des titres si similaires qu'ils sont presque identiques.

Vous pouvez également effectuer une recherche rapide sur Amazon.

Une fois que vous avez sélectionné tous vos titres, vous pouvez les tester en les publiant en ligne dans des groupes ou des forums d'écrivains, ou si vous avez déjà une liste de diffusion, vous pouvez envoyer une enquête.

+100 modèles pour trouver un titre de livre 10x plus rapidement

Maintenant que vous comprenez le processus d'écriture du titre de votre brillant ouvrage, il est temps de vous offrir les produits que je vous ai promis.

Ci-dessous, vous trouverez plus de 100 modèles de titres de livres, pour les genres de fiction et de non-fiction, ainsi qu'un exemple de titre de livre réel pour chacun.

Cliquez ici pour télécharger +100 modèles de titre de livre avec exemples

Créer un titre de non-fiction accrocheur et SEO friendly

Notez que chaque titre de livre d'Amazon se compose d'un titre et d'un sous-titre, présenté comme ceci :

Titre : sous-titre

Remplacez donc le titre par votre mot clé principal. Par exemple, si votre mot clé est “Apprendre à convaincre”, alors vous devrez avoir ceci :

Apprendre à convaincre : sous-titre

Maintenant, penchons-nous sur le sous-titre. Celui-ci doit se composer comme ceci :

Apprendre à convaincre : bénéfice - freins (argent, temps ou effort)

Il est impératif de venir enlever un de ces trois freins dans votre sous-titre. C'est peut-être un peu brutal, mais les gens se comportent de façon très égoïste sur internet. Elles sont soit feignantes (effort), soit impatientes (temps), soit radines (argent). Oui, désolé, je n'ai pas trouvé d'autres mots. Mais c'est la réalité.

Voilà plusieurs années maintenant que je travaille sur internet et que je fais de la vente en ligne, et croyez-moi, ce sont toujours ces trois mêmes freins qui reviennent sans cesse.

Pour revenir à nos moutons, voici ce que pourrait donner un bon titre pour notre exemple. Un titre SEO friendly, et bon d'un point de vue marketing :

Apprendre à convaincre : comment persuader qui vous voulez en 8 minutes

Nous avons notre mot clé principal au début, ce qui est bon pour le référencement. Nous avons le bénéfice du livre (persuader qui vous voulez), et nous avons enlevé le frein du temps (en 8 minutes). Nickel.

Voici d'autres exemples respectant cette structure extrêmement importante :

- Maigrir grâce à l'hypnose : Perdre du poids sans régime
- Immobilier locatif : Devenir rentier immobilier sans épargne
- Parler en public : Prendre la parole en toute confiance

Voilà comment rédiger un bon titre de livre. Vous serez en adéquation aussi bien d'un point de vue référencement que d'un point de vue marketing.

IV. Rédiger une Description qui Transforme les Vues en Achats

La description de livre est l'un des outils les plus importants dont dispose un spécialiste du marketing du livre.

C'est un facteur clé pour stimuler vos ventes, au même titre que la couverture et le titre.

Une mauvaise description de livre donnera à celui-ci un aspect non professionnel et vous fera probablement perdre des ventes.

Notez que de nombreux auteurs ont amélioré les descriptions de leurs livres et constaté une augmentation significative de leurs ventes.

Pourquoi les descriptions de livres sont-elles importantes ?

Laissez-moi résumer toutes les raisons pour lesquelles les descriptions de livres sont importantes.

- Elles suscitent l'intérêt des lecteurs pour votre livre
- Elles peuvent conduire à une augmentation des ventes de votre livre
- Elles font partie des premières impressions de votre livre, avec la couverture et le titre du livre.
- Elles fournissent une raison pour laquelle quelqu'un devrait acheter votre livre.

En règle générale, lorsque vous avez un bon texte de présentation, vos ventes se porteront bien, et si vous avez un mauvais texte de présentation, les ventes diminueront.

La vente d'un livre implique de nombreux facteurs tels que la couverture, le titre et le contenu, mais aucun d'entre eux ne peut en garantir le succès.

La description d'un livre ne fait pas exception.

Si vous vous trompez, vous risquez de ne pas réaliser de ventes.

Il est essentiel de rédiger une description de livre efficace, car elle captive les lecteurs potentiels et peut être utilisée à des fins de promotion dans plusieurs endroits.

Alors, voyons comment vous pouvez écrire des descriptions de livres étonnantes.

Comment rédiger une description de livre de non-fiction

La description d'un livre de non-fiction doit répondre à ces trois questions :

- À qui s'adresse-t-il ?
- Qu'est-ce qu'il résout ?
- Quels résultats en découlent ?

C'est la formule de base d'un livre de non-fiction. Vous voulez montrer le problème et démontrer comment votre livre apportera les solutions à ce problème.

De plus, vous devez vous assurer que le lecteur a l'impression que vous lui parlez directement.

C'est pourquoi il est important d'utiliser des mots comme "vous" pour décrire les problèmes et les solutions de votre lecteur idéal.

Enfin, une description de livre de non-fiction doit être lisible. Je veux dire par là que vos paragraphes ne doivent pas déborder de détails et de descriptions, mais doivent être rapides, concis et fluides.

Avec ces connaissances de base en tête, voici les étapes à suivre pour rédiger la description de votre livre de non-fiction.

Étape 1 : Créez l'accroche de la première phrase

Dans la première phrase, vous devez attirer les lecteurs et leur faire savoir à qui votre livre s'adresse et quel avantage ils en tireront.

Exemples d'accroches de non-fiction

"Vous avez besoin de trouver plus de temps pour écrire, sans pour autant sacrifier les choses importantes ? Vous aimeriez pouvoir générer un revenu régulier grâce à vos mots ?"

"Doublez votre productivité sans vous sentir surmené et dépassé."

"Maîtrisez vos objectifs, améliorez votre vie ou surmontez un obstacle majeur – une petite habitude à la fois"

Étape 2 : Le milieu numérisable

Comme je l'ai déjà mentionné, les gens survolent la description de livre.

Par conséquent, attirez leur attention sur les phrases les plus importantes en utilisant une police plus grande, des caractères gras ou soulignés, des paragraphes plus courts, ainsi que des listes à puces. Mais soyez prudent, car une utilisation excessive peut donner un aspect peu professionnel.

Exemples de résumés de non-fiction numérisables

Reprenez votre concentration en 48 heures ou moins .

Vous procrastinez sans cesse ? Vous vous sentez agité et incapable de vous concentrer sur votre travail ? Vous avez du mal à vous enthousiasmer pour vos objectifs importants ?

Si c'est le cas, vous avez peut-être besoin d'une cure de désintoxication à la dopamine.

Dans le monde d'aujourd'hui où les distractions sont omniprésentes, la capacité de concentration est devenue de plus en plus difficile à atteindre. Nous nous stimulons sans cesse, nous nous sentons agités, souvent sans savoir pourquoi.

Quand vient le temps de travailler, nous nous retrouvons soudainement avec trop de choses à faire. Au lieu de travailler pour atteindre nos objectifs, nous allons nous promener, prenons un café ou consultons nos e-mails. Tout semble être une bonne idée, tout sauf les choses que nous devrions faire.

Vous reconnaissez-vous dans la situation ci-dessus ?

Si c'est le cas, ne vous inquiétez pas, vous êtes simplement surstimulé.

Essayez une cure de détoxification à la dopamine pour réduire la stimulation et améliorer la concentration en seulement 48 heures . Cela vous permettra de vous concentrer sur vos tâches les plus importantes.

Plus précisément, dans Dopamine Detox, vous découvrirez :

- Qu'est-ce que la dopamine et comment fonctionne-t-elle ?
- les principaux avantages d'une cure de désintoxication à la dopamine
- 3 étapes simples pour réussir votre cure détox dans les 48 heures à venir
- exercices pratiques pour éliminer les distractions et booster votre concentration
- des outils et des techniques simples pour éviter la surstimulation et vous aider à rester concentré, et bien plus encore.

Dopamine Detox est un guide incontournable à lire et à suivre pour vous aider à éliminer les distractions afin que vous puissiez enfin travailler sur vos objectifs en toute simplicité. Si vous aimez les stratégies faciles à comprendre, les exercices pratiques et l'enseignement pragmatique, vous allez adorer ce livre.

Étape 3 : Énumérez les avantages

Utilisez des listes : elles sont vraiment utiles.

Lorsque vous les écrivez, ne vous contentez pas de dire ce qui est. Expliquez en quoi ça leur est bénéfique.

Par exemple, au lieu de dire "quatre méthodes pour lire plus vite", ajoutez "pour finir vos livres en un clignement d'œil".

Exemple de liste à puces

Ce que vous découvrirez :

- La forme de perfectionnisme la moins connue, mais la plus dommageable, que presque tout le monde a
- Une technique simple à appliquer pour avoir une confiance inébranlable
- Pourquoi le perfectionnisme nuit à la performance, et les rares exceptions où il aide
- Des solutions détaillées et personnalisées pour ces cinq sous-ensembles de perfectionnisme : besoin d'approbation, rumination, attentes irréalistes, inquiétude face aux erreurs et doutes sur les actions
- ...et beaucoup plus !

Étape 4 : Utilisez des mots déclencheurs

C'est la cerise sur le gâteau.

Les mots déclencheurs sont des mots ou des phrases dont il est prouvé qu'ils ont un impact plus important en marketing.

Une fois votre description rédigée, parcourez une liste de mots clés pour en trouver qui conviennent à votre description. En voici quelques exemples :

- Agréé
- Éprouvé
- Courage
- Mortel
- Tripler
- Caché

Étape 5 : Terminez par le CTA

Mes tests ont montré que lorsque vous terminez la description de votre livre par une phrase invitant à acheter immédiatement, cela augmente les taux de conversion de 3,7 %.

Rappelez donc aux lecteurs d'agir maintenant et d'acheter.

Comment rédiger une description de livre de fiction

Lorsqu'il s'agit d'écrire une description de livre de fiction, les conseils sont un peu différents.

Tout d'abord, ne dévoilez pas trop de détails sur l'histoire. Ce n'est pas un compte rendu de lecture.

Deuxièmement, vous devez augmenter les enjeux. Faites comprendre à votre lecteur l'ampleur de l'histoire. Plus les enjeux sont importants, plus le lecteur voudra savoir ce qui se passe.

Et contrairement aux ouvrages de non-fiction, vous devez minimiser les caractères gras, italiques et les listes à puces.

Utilisez des paragraphes courts et du texte brut autant que possible.

Avec ces conseils de base à l'esprit, voici mon processus étape par étape pour rédiger une description de livre de fiction performante.

Étape 1 : Travaillez l'accroche

Il s'agit de la phrase la plus importante de toute la description de votre livre, car elle sera le facteur décisif pour savoir si un acheteur lira ou non le reste.

C'est pour ça que je passe 80 % de mon temps à réfléchir à cette phrase.

Exemples d'accroches pour un livre de fiction

"Avez-vous déjà eu une de ces très mauvaises journées au travail ? Vous savez, celui où votre patron sexy vous surprend en train de photocopier votre derrière dans son bureau ? Non ? Seulement moi, alors ?"

"Et si vous découvriez que votre mari était un tueur en série ?"

"Si vous ne supportez pas la chaleur, ne tombez pas amoureuse d'un pompier..."

Étape 2 : Une mise en page simple pour le centre

Les descriptions de livres de fiction sont claires et utilisent rarement des polices ou des titres en gras. En général, vous pouvez mettre en gras la première phrase et peut-être certaines parties de l'appel à l'action, mais c'est à peu près tout.

Étape 3 : Le micro drop

Votre dernière phrase dans la section de description du livre doit être puissante et résumer la situation difficile de l'histoire, et la lutte à laquelle votre antagoniste est confronté.

Exemples de micro drop absolument parfaits

"Il s'avère que cet endroit n'est pas un bar. C'est une guilde. Et les trois types prétentieux que j'ai arrosés d'une margarita pendant mon procès ? Ouais, c'étaient des mages. Soit je suis exactement le genre de barman qui ne supporte pas les conneries dont cette guilde a besoin, soit il y a une bonne raison pour laquelle personne d'autre ne veut travailler ici. Alors, que peut faire une fille fauchée ? Accepter le travail, bien sûr, avec une augmentation."

"La dernière enquête menée par Erika a mal tourné... entraînant la mort de son mari."

Étape 4 : Ajoutez des points de comparaison

Surtout si vous êtes un nouvel auteur, il est préférable d'aider l'acheteur à savoir de quel type de livre il s'agit en le reliant à des livres, à des genres spécifiques ou à des auteurs qu'il connaîtrait.

Ça contribue à renforcer la crédibilité, et permet au lecteur de savoir que s'il a aimé ces choses, il aimera probablement votre livre.

Exemples de points de comparaison dans la fiction

"Si vous aimez Jack Reacher de Lee Child, Mitch Rapp de Vince Flynn et Jason Bourne de Robert Ludlum, vous ne pourrez pas lâcher la série compulsivement addictive de John Milton."

"Déjà salué comme « les Raisins de la colère de notre époque » et « un nouveau classique américain », American Dirt de Jeanine Cummins est une exploration rare du cœur intérieur de personnes prêtes à tout sacrifier pour une lueur d'espoir."

Étape 5 : Terminez avec un CTA

Des études ont montré que lorsque vous terminez la description de votre livre par une phrase invitant à acheter immédiatement, cela augmente les taux de conversion de 3,7 %.

Exemples d'appels à l'action dans la fiction

"Allez-y et cliquez sur Lire maintenant ou Acheter maintenant pour découvrir ce qui se passe lorsque James rappelle à tout le monde pourquoi ils devraient craindre le fantôme de granit."

"Achetez Enemy Territory pour voyager dans un nouveau monde étrange aujourd'hui !"

Conseils et astuces

En plus de tout ce dont j'ai parlé jusqu'à présent, j'aimerais ajouter quelques conseils.

Beaucoup d'entre eux ne rentrent pas vraiment dans la structure ci-dessus, je les inclus donc ici :

① **Soyez concis**

La rédaction de textes publicitaires est un art différent de l'écriture d'un livre. Lorsque vous rédigez un texte publicitaire, vous devez faire en sorte que chaque mot compte.

② **Choisissez le bon point de vue**

Dans la plupart des cas, vous utiliserez le point de vue à la troisième personne pour votre résumé. Cependant, de nombreux livres de non-fiction utiliseront le point de vue à la deuxième personne, et certains genres de fiction peuvent même utiliser la première personne. Examinez d'autres résumés de votre genre pour vous assurer quel point de vue est le plus courant.

③ **Rédigez la description de votre livre en tant qu'éditeur**

Il est important de garder à l'esprit que votre description de livre n'est pas un résumé de votre œuvre. Il s'agit d'un outil de vente. Agissez comme si vous étiez une maison d'édition et non l'auteur lorsque vous rédigez la description de votre livre.

V. Optimiser la Couverture Pour Attirer et Convaincre

Vous avez déjà entendu : "Ne jugez pas un livre à sa couverture."

Les gens disent ça parce que tout le monde juge un livre à sa couverture !

La conception de la couverture de votre livre indiquera aux lecteurs potentiels si votre livre est réalisé par des professionnels et vaut la peine d'y consacrer du temps.

L'histoire la plus magnifique jamais écrite ne deviendra jamais un best-seller avec une couverture qui semble avoir été conçue par un débutant.

Pouvez-vous créer une couverture de livre vous-même ?

Oui, vous pouvez concevoir votre propre couverture de livre. C'est une bonne option pour les auteurs disposant d'un budget serré, ou ceux ayant une solide expérience en design.

Cependant, la couverture de votre livre est votre outil marketing numéro un. Si vous n'êtes pas un designer confiant et créez une couverture de livre médiocre, les ventes de votre ouvrage s'en feront sentir.

Si vous n'avez pas d'expérience en design, je vous recommande de dépenser de l'argent pour embaucher un designer de conception de couverture.

Ça peut coûter cher, mais la couverture de votre livre est votre outil marketing n°1, vous ne voudrez donc pas la gâcher, pas vrai ?

Une couverture de livre professionnelle peut-elle doubler vos ventes ?

Cela vaut-il vraiment la peine de passer par un graphiste professionnel ? Ne pouvez-vous pas économiser de l'argent en créant votre couverture sur Canva, tout simplement ?

Eh bien... découvrons-le.

L'expérience

Pour mener à bien cette expérience, j'ai sélectionné trois livres dans des genres différents afin d'avoir une vision plus large des résultats.

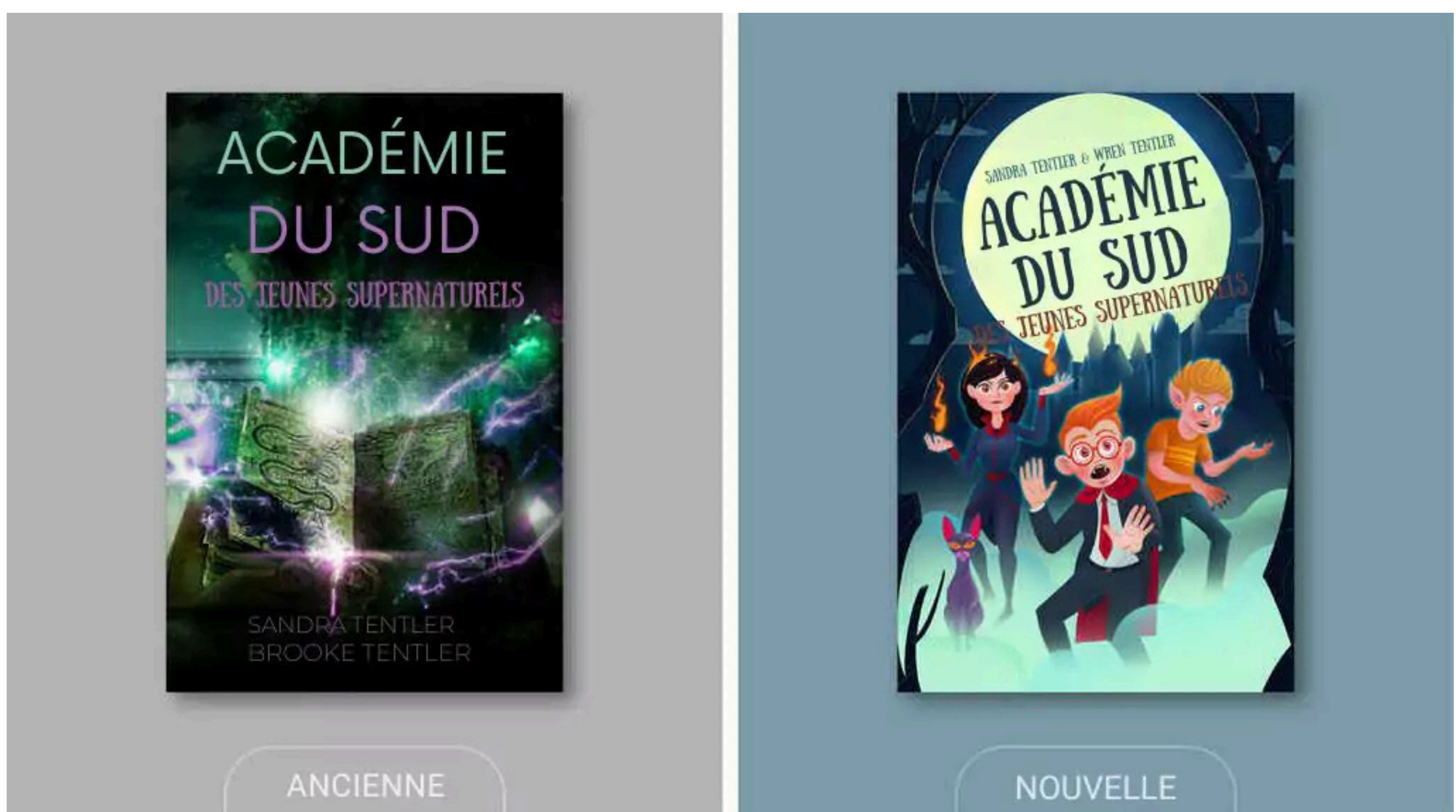
J'ai alors fait rééditer leur couverture par un graphiste professionnel, avant de les tester avec la publicité Facebook sous forme de test A/B.

Pour chaque livre :

- J'ai diffusé deux publicités sur une semaine
- Les deux publicités étaient identiques, à l'exception de l'image de couverture
- Chaque variante a été diffusée auprès de plus de 1 000 utilisateurs issus du même public

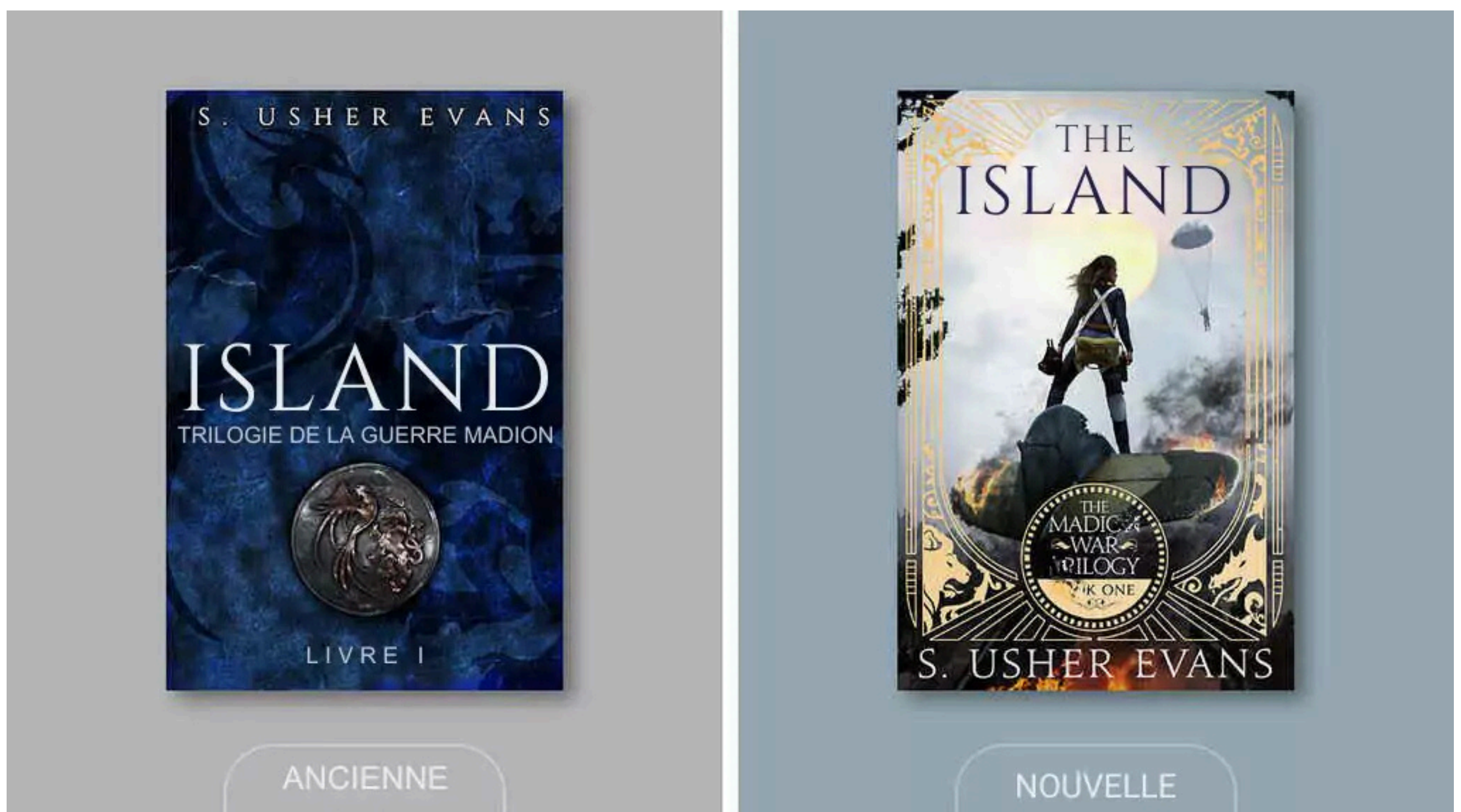
Les résultats de ces tests nous donneront donc un aperçu de l'impact que la couverture repensée aurait sur le taux de clic d'une publicité (ce qui indiquera également à quel point l'image sera "cliquable" sur Amazon).

Livre pour enfant (+24 %).



Chaque couverture a été proposée à plus de 1 800 utilisateurs sur Facebook qui avaient manifesté leur intérêt pour un mélange de livres comparables pour les enfants de 1 à 5 ans. La conception du designer a généré **24,7 % de clics supplémentaires** lors de ce test par rapport à la couverture originale.

Fantaisie (+164 %).



Cette campagne a été menée sur Facebook, ciblant les lecteurs de fantasy et l'écrivaine Marie Rutkoski. Le nouveau design de Jake a reçu **164,22 % de clics de plus** que la couverture originale, ce qui en fait un gagnant évident.

Policier (+89 %).



La couverture de mon graphiste a généré **90 % de clics en plus** que la précédente.

VI. Obtenir des Avis et Bâtir votre Réputation

Vous n'avez probablement pas besoin d'être convaincu de l'importance d'obtenir des avis sur Amazon KDP pour vendre votre livre, pas vrai ?

Cependant, comment vous, nouvel auteur, pouvez-vous obtenir ces avis sur Amazon KDP qui contribueront à augmenter vos ventes ?

J'ai fouillé un peu sur internet, et la plupart des solutions proposées s'appuient sur des tactiques qui nécessitent une base de fans déjà existante.

C'est très bien... si vous avez une audience qui vous suit déjà.

Mais qu'en est-il du reste d'entre nous ?

Ceux qui n'ont pas de fans enthousiastes prêts à laisser des avis sur Amazon KDP d'un claquement de doigt.

Ne désespérez pas mes amis, car dans cette partie, je vais vous montrer comment y parvenir.

Créez des liens spéciaux pour accéder directement aux avis

C'est l'une des plus grosses erreurs faites par de nombreux auteurs. Et vous en faite surement partie.

Lorsque vous demandez à quelqu'un de laisser un avis, vous envoyez le lien vers votre livre sur Amazon, pas vrai ?

Aïe. La personne doit cliquer, et descendre tout en bas de la page jusqu'aux avis. C'est long. Beaucoup trop long.

Résultat : vos lecteurs ne donneront pas suite à votre message. Croyez-moi, je l'ai vécu.

Alors, imaginiez si vous pouviez leur envoyer un lien spécial qui les amènerait directement aux avis de votre livre ? Eh bien, c'est possible, et voici comment :

- 1.** Selon le format de votre livre, recherchez soit l'ASIN pour votre ebook, soit l'ISBN-10 de votre livre broché.
- 2.** Copiez le lien suivant en ajoutant votre ASIN ou ISBN-10 : [http://www.amazon.fr/review/create-review?&asin=\(ASIN ou ISBN 10\)](http://www.amazon.fr/review/create-review?&asin=(ASIN ou ISBN 10))

Maintenant, à chaque fois que vous demandez un avis sur Amazon KDP, envoyez ce lien spécial vers les avis de votre livre.

Demandez un avis sur Amazon KDP dans votre livre

Ça peut paraître un peu dingue, mais demander aux lecteurs de laisser un avis sur Amazon KDP à la fin de votre livre est une astuce redoutablement puissante.

Depuis que je pratique cette méthode, je récolte 3 fois plus d'avis en moyenne qu'avant.

Voici quelques conseils pour formuler une demande efficace :

① **Humanisez-vous**

Rappelez aux lecteurs que vous êtes, vous aussi, un être humain avec des émotions. Racontez comme il a été difficile d'écrire ce livre.

② **Faites-leur comprendre l'importance de laisser un avis sur Amazon KDP**

Rappelez à vos lecteurs à quel point un avis vous aide.

③ **Dites-leur que vous lirez leur avis**

Si vos lecteurs sont conscients que vous lirez leur avis, ils se sentiront plus responsables d'en laisser un. Autre chose : en sachant que vous lirez leur avis, inconsciemment, ils auront tendance à écrire des choses positives.

Organisez un concours légal !

Pour vous dire la vérité, j'ai failli ne pas inclure cette méthode. Non pas parce qu'elle enfreint les règles, mais parce que vous devez **ABSOLUMENT** suivre mes étapes afin de rester en conformité avec Amazon KDP.

Mais lorsqu'elle est bien exécutée, cette tactique est extrêmement meurtrière !

Créez un concours. Si les gens cliquent sur le lien qui redirige vers la page d'avis de votre livre sur Amazon (le fameux lien spécial expliqué plus haut), ils sont inscrits au concours. Et c'est tout.

Vous n'incitez pas à laisser un avis directement, mais une fois sur la page, la plupart des participants décideront d'en rédiger un.

La méthode secrète pour récolter des avis sur Amazon KDP en masse

Peu connue, cette astuce est pourtant ultra efficace.

Rendez-vous dans votre [compte Amazon KDP](#), puis sur l'onglet Marketing. Cherchez "*Lancer une promotion tarifaire*" et sélectionnez "*Promotion de livre gratuit*".

Lancer une promotion tarifaire

Lancez une promotion **Kindle Countdown Deal** ou une **promotion Livre gratuit**. Remarque : Seuls les livres KDP Select sont éligibles. Vous ne pouvez utiliser qu'une seule promotion par période d'adhésion.

- ☐ Kindle Countdown Deals
- ☒ Promotion Livre gratuit

Créer une promotion Livre gratuit

Vous pouvez alors mettre votre ebook en version gratuite pendant 5 jours. Une façon redoutable de faire exploser le nombre de téléchargements, et d'avis sur votre livre.

Je vous conseille de mettre votre promotion du lundi au vendredi, car les gens sont moins présents le week-end.

Conclusion

Vous voilà arrivé au terme de ce guide stratégique pour percer les secrets du référencement Amazon KDP et maximiser le potentiel de votre livre.

En plongeant dans les rouages de l'algorithme A9, en apprenant à sélectionner des mots-clés puissants, en optimisant vos catégories, et en travaillant chaque aspect visuel et textuel de votre page produit, vous avez maintenant toutes les clés en main pour réussir.

Publier un livre sur Amazon ne se résume pas à écrire un bon texte ; il s'agit de comprendre comment amener le lecteur jusqu'à vous, puis de transformer cette opportunité en vente.

Vous savez désormais combien il est important de sélectionner des mots-clés bien ciblés, de créer une couverture et une description qui captivent l'attention, et de choisir des catégories judicieuses pour favoriser la visibilité de votre livre.

Continuez à explorer, à tester et à peaufiner vos choix. Les résultats ne seront pas toujours immédiats, mais avec de la persévérance et en restant attentif aux données que vous fournit Amazon, vous créerez un chemin durable pour que vos livres atteignent leur public idéal.



La Checklist SEO Ultime pour Amazon KDP



Préparation Avant la Publication : Recherche et Planification

Recherche de Mots-Clés :

- ☐ J'ai effectué une recherche approfondie de mots-clés avec des outils comme **KDSPY**.
- ☐ J'ai sélectionné des mots-clés pertinents et populaires , avec une faible concurrence dans ma niche.
- ☐ J'ai validé que les mots-clés choisis sont bien utilisés par les livres similaires et apparaissent dans leurs descriptions ou titres.

Analyse de la Concurrence :

- ☐ J'ai analysé les livres concurrents pour comprendre leurs points forts et points faibles en matière de SEO.
- ☐ J'ai identifié les catégories et sous-catégories dans lesquelles ces livres sont classés.
- ☐ J'ai vérifié les avis et les descriptions des livres concurrents pour repérer des mots-clés supplémentaires ou des thèmes populaires.

Sélection des Catégories :

- ☐ J'ai choisi 3 catégories principales sur Amazon KDP.

Optimisation de la Page Produit sur Amazon KDP

Titre et sous-titre :

- ☐ Mon titre est clair, attractif et contient le mot-clé principal .
- ☐ Mon sous-titre complète le titre et inclut des mots-clés secondaires sans paraître surchargé.
- ☐ J'ai testé plusieurs variantes de titres et sous-titres pour choisir la version la plus percutante.

Description du livre :

- ☐ J'ai rédigé une description captivante
- ☐ J'ai inclus les mots-clés principaux de manière naturelle dans la description pour optimiser le référencement.

Choix des Mots-Clés KDP (7 cases):

- ☐ J'ai rempli les 7 cas de mots-clés en utilisant une combinaison de mots-clés courts (1-2 mots) et de phrases longues (3-5 mots).
- ☐ J'ai utilisé des variantes de mots-clés (synonymes, orthographes différentes) pour maximiser la couverture.
- ☐ J'ai évité les mots-clés interdits par Amazon (noms d'auteurs, titres de livres, mots offensants).

Optimisation Visuelle : Couverture

- ☐ Ma couverture est professionnelle et attrayante, reflétant le contenu du livre et attirant l'attention.
- ☐ Le titre est lisible même en vignette miniature sur Amazon.
- ☐ J'ai testé plusieurs modèles de couverture pour voir lequel reçoit le meilleur accueil.