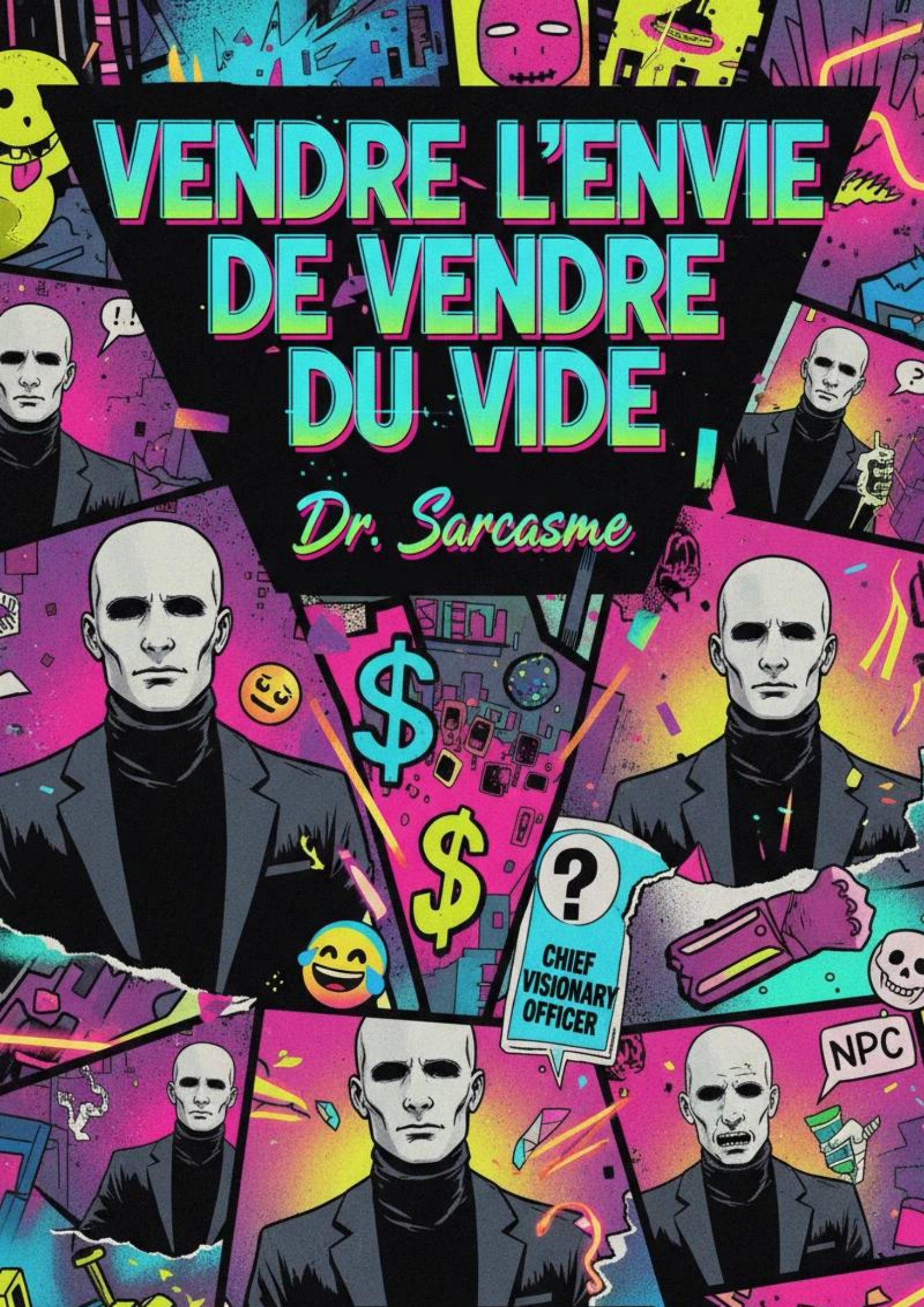


VENDRE L'ENVIE DE VENDRE DU VIDE

Dr. Sarcasme



Vendre l'envie de vendre du vide

Par Dr. Sarcasme

ÉDITIONS FUSIANIMA

[Lire la version interactive sur Fusianima.com](http://Fusianima.com)

Table des matières

Chapitre 1 : Le Manifeste du Zéro Absolu	4
Chapitre 2 : La Lamborghini de Location (Option Vert Fond Vert)	8
Chapitre 3 : Le Dictionnaire du 'Mindset' Quantique	12
Chapitre 4 : La Pyramide de Ponzi, mais en Forme de Cercle de Confiance	17
Chapitre 5 : Vendre l'Enthousiasme d'avoir de l'Enthousiasme	22
Chapitre 6 : L'Entonnoir de Vente Infini : Le Trou Noir Marketing	27
Chapitre 7 : Témoignages : L'Art du Ventriloquisme Numérique	32
Chapitre 8 : Le Prix Psychologique : 997€ au lieu de l'Infini	37
Chapitre 9 : La Formation Meta : Vendre comment vendre la vente	42
Chapitre 10 : L'Urgence Artificielle : Le Compte à Rebours de l'Apocalypse	46
Chapitre 11 : Le Support Client : L'IA qui fait 'Ghosting'	51
Chapitre 12 : La Liberté Financière (Depuis le Sous-sol de maman)	56

Chapitre 1

Le Manifeste du Zéro Absolu

Mesdames, Messieurs, et vous les « Chief Visionary Officers » qui portez des cols roulés en plein mois de juillet pour masquer l'absence totale de colonne vertébrale : bienvenue au rez-de-chaussée de l'abîme. Le massacre a commencé, certes, mais pour bien liquider l'ancien monde, il faut d'abord comprendre pourquoi il était si lourd. Le monde d'avant était fait d'atomes. Quelle erreur de débutant. L'atome, c'est pesant, ça prend la poussière, et pire que tout : ça obéit aux lois de la thermodynamique. L'atome se brise, s'use, et nécessite des entrepôts gérés par des gens en gilets orange qui demandent des augmentations.

Le Zéro Absolu, c'est la libération. C'est le moment où vous réalisez que fabriquer un grille-pain est une insulte à l'intelligence humaine alors que vous pourriez vendre une « Expérience de Chaleur Conceptuelle » par abonnement mensuel, sans jamais avoir à toucher une seule résistance électrique.

Pourquoi s'emmerder à fabriquer un produit quand l'idée de l'idée d'un produit suffit à générer un flux de trésorerie capable de racheter la Belgique ?

Entrons dans l'Ontologie du Vide. Dans le marketing classique, on vous apprenait à « répondre à un besoin ». C'est mignon, c'est vintage, c'est très 1954. C'est du marketing de grand-père qui vend des brosses à dents en crin de cheval. Aujourd'hui, nous ne répondons plus aux besoins. Nous ne créons même plus de besoins. Nous créons une *vibration*. Un écho dans une pièce vide. Le client moderne ne veut pas un objet ; il veut le frisson de l'anticipation de l'achat d'un objet qui, idéalement, n'existera jamais pour ne pas risquer de le décevoir.

C'est le paradoxe du « Produit-Schrödinger » : tant que vous ne l'avez pas livré, il est à la fois révolutionnaire et parfait dans l'esprit de l'investisseur. Une fois livré, ce n'est plus qu'un morceau de plastique mal moulé fabriqué par des enfants au Vietnam. Conclusion logique ? Ne livrez jamais. Vendez l'attente. Vendez le « Coming Soon ». Vendez le Manifeste.

Le Zéro Absolu, c'est l'art d'atteindre le ROI (Retour sur Investissement) infini. Rappelez-vous vos cours de maths de CM2 : si vous divisez votre profit par zéro coût de production, vous obtenez l'infini. C'est la seule équation qui devrait être affichée dans les écoles de commerce. Si vous vendez du vent, votre marge n'est plus une courbe, c'est une érection spirituelle qui pointe vers les étoiles.

Prenons un exemple concret pour vous, les pragmatiques qui avez encore besoin de matière pour bander. Imaginons la start-up « O ». Qu'est-ce qu'ils vendent ? Rien. Enfin, si. Ils vendent la « Circularité de l'Essence ». Ils ont levé 400 millions de dollars auprès de fonds de capital-risque qui ont tellement de cocaïne dans le sang qu'ils pourraient voir des licornes dans une flaque de gasoil. Le produit d'O, c'est une application qui vous permet de réserver une place dans une file d'attente virtuelle pour acheter un jeton numérique (NFT) représentant le droit de précommander un futur service de livraison de silence.

Vous voyez le génie ? Il n'y a aucun stock. Aucune logistique. Pas de SAV (on ne peut pas réparer le silence). C'est pur. C'est propre. C'est le Zéro Absolu.

L'ontologie du vide repose sur un pilier central : la sémantique de l'absence. Pour vendre du rien, il faut utiliser des mots qui pèsent des tonnes. Ne dites pas « je n'ai rien à vendre », dites « je propose une disruption paradigmatique de l'immatérialité servicielle ». Ne dites pas « c'est une arnaque », dites « c'est un écosystème décentralisé basé sur la confiance spéculative ». Si quelqu'un vous demande : « Mais concrètement, ça fait quoi ? », regardez-le avec une pitié infinie, comme s'il venait de demander à quoi sert un poème de Rimbaud ou une ligne de coke. Répondez-lui : « Si

tu as besoin de savoir ce que ça fait, c'est que tu ne fais pas partie de ceux qui savent ce que ça devient. » Ça ne veut rien dire, mais ça fait taire les imbéciles, et les imbéciles qui se taisent sont des clients qui paient.

Le massacre dont nous parlions plus tôt, c'est celui de la Réalité. La Réalité est l'ennemie du Business. La Réalité est décevante. Elle a des rides, elle sent la sueur et elle finit par mourir. Le Vide, lui, est éternel. Le Vide est le seul marché qui ne connaîtra jamais de saturation, car il y a toujours de la place pour plus de rien.

Regardez le succès des influenceurs. Qu'est-ce qu'un influenceur ? C'est un courtier en vide. Ils ne vendent pas de la crème solaire, ils vendent l'idée qu'ils sont le genre de personne qui utilise de la crème solaire sur une plage où vous n'irez jamais. Ils vendent de l'envie pure, distillée, sans le poids du voyage, sans le sable entre les orteils, sans le coup de soleil. C'est de la vente à haute fréquence de simulacres. Et ça marche ! Les gens achètent la crème pour espérer devenir l'idée de la personne, sachant pertinemment que la crème ne contient que de la glycérine et des rêves brisés.

Nous sommes entrés dans l'ère de la « Méta-Vente ». C'est l'étape supérieure. C'est vendre l'envie de vendre du vide. C'est ce que je fais avec vous en ce moment même. Je ne vous vends pas une méthode, je vous vends le prestige d'être celui qui possède la méthode pour ne rien faire. C'est un château de cartes, mais un château de cartes construit avec des rayons laser sur une mer d'azote liquide. C'est beau, ça brille, et si vous essayez de toucher le mur, votre main passe à travers. Mais qu'importe ? Vous avez payé le ticket d'entrée.

Pour réussir votre entrée dans le Manifeste du Zéro Absolu, vous devez appliquer la règle des Trois D :

1. ****Désincarner**** : Retirez toute trace de fonctionnalité. Votre produit ne doit pas « servir », il doit « signifier ».
2. ****Dramatiser**** : Créez une urgence artificielle autour d'une absence. « Plus que 10 minutes pour ne pas posséder l'Invisible ! »

3. ****Dépouiller**** : Prenez l'argent, et surtout, ne donnez rien en échange qui soit palpable. Le palpable est une preuve. L'absence est une promesse.

Souvenez-vous : l'or est une valeur refuge, mais le néant est une valeur de croissance. On peut extraire tout l'or de la terre, on ne pourra jamais extraire tout le vide de l'univers. C'est le seul gisement infini.

Alors, quand vous sortirez d'ici pour aller « disrupter » le marché, ne cherchez pas une idée de génie. Cherchez une absence de génie assez vaste pour y loger les économies d'une génération de cadres en quête de sens. Ne construisez pas des ponts, vendez l'aspiration à la lévitation.

Le monde est une salle d'attente remplie de gens qui attendent que quelque chose se passe. Soyez celui qui leur vend des magazines vides pour patienter, et facturez-leur l'air qu'ils respirent pendant qu'ils tournent les pages. C'est ça, le Zéro Absolu. C'est froid, c'est chirurgical, et c'est d'une rentabilité tellement obscène que même le diable en prendrait des notes pour son prochain audit.

Et maintenant, si vous voulez bien m'excuser, j'ai une conférence à donner sur « L'Art de ne pas être présent à sa propre conférence ». Les billets sont déjà épuisés. C'est un succès total : personne ne viendra, personne ne parlera, mais le compte en banque, lui, sera bien réel. C'est toute l'ironie de notre métier : il faut énormément de talent pour transformer autant de rien en autant de tout.

Bienvenue dans le futur. Il n'y a rien à voir, et c'est précisément pour ça que c'est si cher.

Chapitre 2

La Lamborghini de Location (Option Vert Fond Vert)

Regardez-moi bien dans les yeux — enfin, à travers le filtre « Glow Up » que j'ai superposé à ma rétine pour masquer les cernes de mon mépris. Vous voyez cette carrosserie ? Ce vert « Verde Mantis » si agressif qu'il pourrait provoquer une crise d'épilepsie chez un moine bouddhiste ? Ce n'est pas une voiture. Ce n'est pas un moyen de transport. C'est un autel. C'est le totem sacré autour duquel nous, les prêtres du vide, nous sacrifions la dignité des imbéciles sur l'autel de l'algorithme.

Bienvenue dans la logistique de l'illusion. Si vous pensiez qu'il fallait être riche pour posséder une Lamborghini, c'est que vous avez encore la mentalité d'un ouvrier de la Creuse en 1954. Dans l'économie du Zéro Absolu, posséder les choses est une erreur comptable. La propriété, c'est pour les retraités qui ont peur de mourir. Nous, nous louons. Et nous ne louons pas à la journée, car la journée, c'est pour les touristes russes en goguette à Dubaï. Nous louons à la minute. À la seconde. Au battement de paupière.

Le concept de la « Lamborghini Option Vert Fond Vert » est le sommet de l'évolution humaine. Imaginez la scène : un parking de zone industrielle derrière un Lidl à Aubervilliers. Un ciel gris comme le moral d'un prof de philo. Et là, au milieu des flaques d'huile, une Huracán de location garée devant un immense drap vert fluo, tendu par deux stagiaires non rémunérés qui rêvent d'une augmentation en cryptomonnaies imaginaires.

Le secret, c'est le cadrage. Ne filmez jamais les pneus, ils sont lisses à force de passer de main en main entre influenceurs de bas étage. Ne filmez jamais l'intérieur plus de trois secondes, on y sent encore l'odeur du kebab du précédent « coach en liberté

financière » qui a tourné son Reel juste avant vous. Concentrez-vous sur le logo. Le taureau. Le symbole de la puissance brute, détourné par un type qui a besoin d'un tutoriel YouTube pour faire un créneau avec une Twingo.

« Salut les entrepreneurs ! Vous aussi vous voulez sortir de la Rat Race ? »

Regardez cette phrase. Savourez son acidité. Vous la prononcez en sortant du véhicule, le pied gauche hésitant sur le bitume défoncé, mais le regard fixé sur l'optique de l'iPhone 15 Pro Max (payé en 24 fois sans frais). Grâce au fond vert, le parking de Seine-Saint-Denis disparaît. Dans le montage final, vous serez sur une terrasse surplombant Monaco, ou peut-être en train de rouler sur une route côtière en Californie alors que, dans la réalité, vous êtes à l'arrêt, le moteur coupé pour ne pas consommer les 15 euros d'essence que vous avez mis dans le réservoir.

C'est là que le génie opère. On ne vous vend pas de la mécanique, on vous vend de la diffraction de lumière sur du plastique brillant. La Lamborghini est un accélérateur de particules de mensonge. Elle transforme un chômeur avec un compte Instagram en « Stratège en Acquisition de Richesse Passive ». Et le plus beau ? C'est que ça marche. Parce que le public ne veut pas savoir si la voiture vous appartient. Le public veut que vous lui fassiez croire que c'est *possible*. Vous vendez l'espoir à des gens qui n'ont même pas les moyens de se payer le liquide lave-glace du véhicule que vous louez.

Parlons du prestataire. Louer une Lamborghini pour 15 minutes, c'est une expérience sociologique. Le loueur s'appelle généralement Steven. Steven est un homme qui a compris que la pelle est plus rentable que l'or. Il ne conduit jamais ses voitures. Il les regarde se faire souiller par des types en costume Zara trop serré qui posent leurs fesses sur le capot en faisant le signe « V » avec les doigts. Steven a un chronomètre. À la 14ème minute, il vous hurle dessus parce qu'une autre « success story » en devenir attend son tour avec un trépied et une bague de lumière LED.

— « Allez, dépêche-toi l'investisseur, j'ai un expert en dropshipping qui arrive à 14h,

il a déjà payé pour le pack "Option Portes Papillon Ouvertes" ! »

C'est une chaîne de montage. Un abattoir à crédulité. On injecte de l'image de synthèse dans le cerveau des masses pour qu'elles continuent de scroller. Vous n'avez pas besoin d'un moteur V10, vous avez besoin d'un ingénieur son capable de simuler le rugissement du moteur sur votre vidéo TikTok alors que, pendant le tournage, le seul bruit audible était celui d'une mouette qui se battait avec un sac plastique.

L'ironie suprême du « Vert Fond Vert », c'est la mise en abyme. Vous louez une voiture verte pour la placer devant un fond vert afin de pouvoir, en post-production, transformer ce vert en n'importe quoi d'autre. Vous pourriez transformer la voiture en vaisseau spatial, en lingot d'or géant, ou en l'estime de soi que vous avez perdue en chemin. Mais non. Vous la gardez en Lamborghini. Parce que votre imagination est aussi limitée que votre budget essence. Vous êtes prisonniers du code esthétique du riche de carton-pâte.

Pourquoi le vide est-il si rentable ? Parce qu'il est léger. Une vraie Lamborghini pèse 1 500 kilos, coûte une fortune en entretien et consomme plus qu'un régiment de hussards. La Lamborghini de location, elle, ne pèse que quelques mégaoctets. Elle voyage à la vitesse de la fibre optique. Elle peut être à Dubaï, Singapour et Courchevel en même temps, selon le filtre que vous appliquez. C'est le don d'ubiquité du charlatan.

Mes chers amis, mes chers pigeons en devenir, comprenez bien ceci : dans ce monde, il y a ceux qui conduisent, et ceux qui vendent l'idée de conduire. Les premiers sont bloqués dans les embouteillages de la réalité. Les seconds sont les maîtres des autoroutes virtuelles où le bitume n'existe pas, où l'essence est gratuite et où la seule limite de vitesse est la naïveté de vos abonnés.

Il y a quelque chose de profondément poétique dans un homme qui loue un rêve à l'heure pour le revendre par tranches de 15 secondes à des gens qui ne le réaliseront

jamais. C'est l'homéopathie du luxe. C'est une dilution infinie de la richesse. À la fin, il ne reste plus une seule molécule d'argent réel, juste la mémoire de l'odeur du cuir synthétique.

Si vous voulez vraiment réussir dans la vente de vide, n'achetez jamais la voiture. Achetez le reflet de la voiture dans l'œil de celui qui vous regarde. C'est la seule chose qui a de la valeur. Le reste, c'est de la tôle, et la tôle, ça finit toujours par rouiller. Alors que le mensonge numérique, lui, est éternel. Il flotte dans le cloud comme un pet dans un ascenseur, invisible mais omniprésent, rappelant à tout le monde que quelqu'un, quelque part, a réussi à transformer du vent en abonnement Premium.

Maintenant, passez-moi cette clé. J'ai un contrat de 10 minutes avec Steven. Je dois convaincre 300 000 personnes que j'ai inventé une nouvelle forme de trading basée sur les phases de la lune, et il me faut absolument ce plan où je fais semblant de téléphoner à mon banquier en sortant du véhicule. Ne rigolez pas. C'est avec ce genre de sketches que je vais me payer ma prochaine absence.

Et rappelez-vous : si vous voyez un type dans une Lamborghini verte, ne vous demandez pas s'il est riche. Demandez-vous combien de temps il lui reste avant que Steven ne vienne récupérer les clés pour le prochain tournage. La réponse est souvent : moins de temps qu'il ne vous en faut pour liker cette vidéo.

Le vide n'attend pas. Il s'accélère. VROUM. (Bruitage ajouté au montage, bien sûr. Le moteur réel était en panne.)

Chapitre 3

Le Dictionnaire du 'Mindset' Quantique

Approchez, asseyez-vous sur ces poufs en velours synthétique loués à la journée, et déposez vos cerveaux à l'entrée. Ne vous inquiétez pas, vous n'en aurez pas besoin pour ce qui va suivre, et de toute façon, ils vous empêcheraient de flotter dans l'éther de la réussite pure.

Si vous êtes ici, c'est que vous avez compris la règle d'or de l'infoprenariat moderne : le travail, c'est pour les gens qui ont des callosités aux mains et un abonnement au pass Navigo. Nous, nous ne « travaillons » pas. Nous n'utilisons pas de verbes comme « fabriquer », « coder », « livrer » ou « réparer ». Ces mots sentent la sueur, le cambouis et, pire encore, le Code du Travail. Dans notre monde, le verbe est une menace. Le verbe est une action physique qui nécessite une dépense calorifique réelle. Et si vous dépensez des calories, vous n'avez plus d'énergie pour « manifester ».

Bienvenue dans la sémantique de l'invisible. Le but de ce dictionnaire n'est pas de définir des concepts, mais d'ériger des remparts de brouillard autour de votre vide intérieur. Un client qui comprend ce que vous faites est un client qui peut juger de la qualité de votre travail. Un client qui est « submergé par votre résonance holistique » est un client qui sort sa carte Gold en tremblant d'émotion, persuadé d'avoir acheté un morceau de l'âme de l'univers, alors qu'il vient juste de payer 2997 € pour trois PDF de citations de Steve Jobs traduites par Google Trad.

Ouvrez vos oreilles (et vos chakras, on ne sait jamais) : voici comment transformer votre absence totale de contenu en une épopée métaphysique.

1. La Vibration (n. f.)

Dans le monde des gens normaux, si vous vibrez, c'est que vous avez froid ou que vous avez abusé de l'expresso à 0,20 centimes de la machine à café du bureau. Dans le « Mindset Quantique », la vibration est votre seule unité de production.

****Usage : **** Ne dites jamais « j'ai passé trois heures à essayer de comprendre comment fonctionne Facebook Ads ». Dites : « J'ai aligné ma vibration sur l'algorithme pour attirer des leads de haute fréquence ».

Le génie de ce mot réside dans son aspect incriticable. Si votre programme ne marche pas, ce n'est pas parce que votre stratégie est nulle (comment pourrait-elle l'être ? Vous n'en avez pas), c'est parce que le client a une « vibration basse ». C'est une technique de gaslighting spirituel absolument magnifique. Le client ne demande pas de remboursement, il s'excuse de ne pas être assez « lumineux » pour votre génie.

2. La Synergie (n. f.)

La synergie, c'est ce qui se passe quand deux incompetents décident de s'associer pour vendre du vent à un troisième incompetent. C'est l'art mathématique de transformer $0 + 0$ en un chiffre à six zéros (avant la virgule, bien sûr).

****Usage : **** Quand on vous demande ce que contient votre Mastermind, ne parlez pas de cours, de modules ou d'exercices. Répondez : « Nous créons un espace de synergie exponentielle où les flux de conscience se rejoignent pour hacker la réalité ».

En gros, ça veut dire qu'on va boire du champagne tiède dans un Airbnb à Dubaï en se disant qu'on est des génies, mais « synergie » sonne beaucoup plus comme une fusion nucléaire de la réussite. C'est le mot préféré des gens qui n'ont pas de business plan mais qui ont beaucoup d'amis sur LinkedIn.

3. L'Effet de Levier (n. m.)

Historiquement, Archimède l'utilisait pour soulever le monde. Aujourd'hui, on l'utilise pour soulever les économies de votre grand-mère. L'effet de levier, dans le dictionnaire quantique, c'est le nom poli pour dire « je fais faire le boulot par des stagiaires non rémunérés ou des IA mal réglées pendant que je prends des selfies devant une piscine ».

****Usage : **** Ne dites pas « j'ai sous-traité la rédaction de mon livre à un type au Bangladesh pour 15 euros ». Dites : « J'utilise un effet de levier sur le capital humain mondial pour scaler ma vision sans sacrifier ma présence à l'instant présent ». C'est le mot magique pour justifier votre paresse chronique. Vous n'êtes pas un branleur, vous êtes un « architecte de systèmes à effet de levier ».

4. Quantique (adj.)

Ah, le mot fétiche. Le joker. L'atout maître qui permet de faire taire n'importe quel sceptique. Si vous ajoutez « quantique » à n'importe quel substantif, il gagne immédiatement 1500 % de valeur perçue.

Un saut ? C'est pour les grenouilles. Un *saut quantique* ? C'est pour les millionnaires.

Une pensée ? C'est pour les philosophes morts. Une *pensée quantique* ? C'est un aimant à cash.

****Usage : **** Utilisez-le dès que la logique menace de pointer le bout de son nez. « Pourquoi mon compte bancaire est-il dans le rouge, coach ? » — « Parce que tu es dans une superposition d'états, ton argent existe déjà dans une réalité alternative, tu dois simplement opérer un shift quantique pour le matérialiser ici. »

Ça ne veut absolument rien dire, et c'est précisément pour ça que ça marche. La physique quantique est incompréhensible pour 99,9 % de l'humanité, ce qui en fait le terreau idéal pour votre marketing du vide.

5. L'Abondance (n. f.)

L'abondance est un concept qui ne s'applique jamais à la nourriture ou aux ressources naturelles, mais exclusivement à votre capacité à imaginer des chiffres sur un écran.

C'est le contraire de la « mentalité de manque », qui est le terme technique pour désigner les gens qui regardent les prix au supermarché.

****Usage : **** Ne dites pas « je veux devenir riche en vendant des formations sur comment devenir riche ». Dites : « Je m'autorise à recevoir l'abondance illimitée de l'univers en partageant ma fréquence de succès ».

L'abondance est un gaz. Elle remplit tout l'espace disponible. Plus vous en parlez,

moins vous avez besoin de prouver que vous avez un produit réel. L'abondance est une promesse auto-réalisatrice : si vous vendez assez de vent sur l'abondance, vous finirez par avoir assez d'argent pour payer le leasing de la Lamborghini, et paf, l'abondance est là. C'est un miracle circulaire.

6. Scalabilité (n. f.)

Le mot préféré de ceux qui n'ont encore rien vendu. Scaler, c'est l'idée que si vous arrivez à arnaquer une personne, vous devriez pouvoir en arnaquer un million d'un seul clic.

****Usage :**** Ne parlez jamais de « service client » (trop de verbes d'action, trop de problèmes réels). Parlez de « process de scalabilité automatisée ».

Si quelqu'un se plaint que votre formation est vide, ce n'est pas un défaut, c'est un choix de design pour assurer la *scalabilité*. Le vide se multiplie beaucoup plus vite que le plein. C'est de la physique de base.

Pourquoi éviter les verbes d'action ?

Regardez attentivement vos concurrents qui échouent. Ils disent : « Je vais vous apprendre à construire un site, à rédiger des articles et à contacter des clients. »

C'est épuisant. Rien qu'en l'entendant, j'ai envie de faire une sieste. Vous proposez de la sueur. Vous proposez du *verbe*.

Le client ne veut pas *faire*. Le client veut *devenir*.

On ne dit pas « je vais t'apprendre à vendre ». On dit « je vais activer en toi le magnétisme du closage ».

On ne dit pas « lève-toi à 6h du matin pour bosser ». On dit « ritualise ton ascension matinale pour dominer ta matrice ».

Le substantif est noble. Le substantif est immobile. Le substantif est une statue de marbre dans un jardin zen. Le verbe, lui, c'est le jardinier qui ramasse les feuilles mortes avec un râteau qui fait du bruit. Ne soyez pas le jardinier. Soyez la statue.

Si vous utilisez correctement ce dictionnaire, votre programme ne contiendra plus une

seule instruction concrète. Il deviendra une « expérience immersive de recalibrage énergétique ». Et là, mes amis, vous pourrez facturer le prix d'une Twingo pour un accès à un groupe Telegram où vous postez des photos de votre café avec la légende « L'énergie du matin crée l'empire de demain ».

Ne vendez pas la pelle. Ne vendez pas le trou. Vendez la *vibration* de l'idée de posséder un terrain qui pourrait, dans une réalité quantique, contenir de l'or.

Maintenant, passez-moi le micro. Je sens que ma synergie s'intensifie. Je vais aller expliquer à cette salle que s'ils ne réussissent pas, c'est simplement parce qu'ils n'ont pas encore acheté le module "Leverage de l'âme" à 499€. Et ils vont applaudir. Pourquoi ? Parce que "applaudir" est le seul verbe d'action qu'on leur autorise. Et encore, seulement s'ils le font avec une haute fréquence vibratoire.

VROUM. (Pardon, l'habitude. C'est l'effet de levier de mon ego qui s'emballe).

Chapitre 4

La Pyramide de Ponzi, mais en Forme de Cercle de Confiance

Écartez-vous, les architectes du vieux monde. Rangez vos équerres, vos compas et vos codes pénaux poussiéreux. Si vous êtes ici, c'est que vous avez compris que la géométrie euclidienne est un complot de l'administration fiscale pour limiter votre expansion multidimensionnelle. On m'a souvent dit, avec ce petit ton pincé propre aux gens qui ont un livret A et des chaussures de randonnée : « Mais enfin, votre structure, c'est une pyramide de Ponzi ! »

Je ris. Je ris d'un rire gras, texturé, un rire qui coûte 150 euros la minute en frais de consulting.

Une pyramide ? Quelle insulte à mon génie architectural. La pyramide, c'est statique. C'est pointu. On se blesse sur le sommet. Et surtout, c'est tellement 1920. Charles Ponzi était un artisan, un brocanteur de l'arnaque. Moi, je vous propose du design. Je vous propose la courbe. Je vous propose le ****Cercle de Confiance Infini****.

Regardez ce schéma que je dessine sur mon iPad Pro (acheté avec vos frais d'inscription, merci encore, l'écran est superbe). Vous voyez un triangle ? Non. C'est un cercle. Pourquoi est-ce un cercle ? Parce que dans un cercle, personne n'est en bas. On est tous « autour » d'une idée centrale. Certes, l'argent circule toujours dans le même sens — vers le centre, où je me trouve par le plus pur des hasards vibratoires — mais la forme, elle, est inclusive. C'est une étreinte financière. Est-ce qu'on peut arrêter un homme qui propose de faire un gros câlin à votre compte en banque ? La Cour de Cassation n'a pas de jurisprudence sur les câlins.

Le problème des gens qui voient des pyramides partout, c'est qu'ils manquent de

perspective. Ils voient une base large et un sommet étroit. Ils se disent : « Plus on est nombreux en bas, moins il y a de place en haut. » C'est une vision de pauvre. C'est une vision de quelqu'un qui croit que l'oxygène est une ressource limitée.

Dans mon système, le sommet n'est pas étroit. Il est simplement ****invisible****.

Le CEO de notre écosystème n'est pas « en haut » d'une pyramide. Il a atteint un tel niveau de réussite, de détachement matériel et de leverage énergétique qu'il a tout simplement quitté le spectre visible de l'œil humain. Il est dans la stratosphère de l'abondance. Si vous ne voyez pas le sommet, c'est parce qu'il s'est vaporisé dans le pur concept de la richesse. Il n'y a donc pas de sommet. Et s'il n'y a pas de sommet, il n'y a pas de pyramide. CQFD. C'est de la physique quantique appliquée au marketing de réseau, mais vous ne pouvez pas comprendre, votre taux vibratoire est encore indexé sur le prix du ticket de métro.

« Mais où va mon argent ? » demande le sceptique, celui qui n'a pas encore acheté le pack "Éveil du Lion de Gizeh" à 2900€.

Ton argent ne « part » pas, Jean-Michel. Il entame une migration. Il devient un flux. Imagine que ton argent est une goutte d'eau. Dans une pyramide, elle s'évapore. Dans mon Cercle de Confiance, elle alimente la nappe phréatique de l'inspiration globale. Tu n'achètes pas une formation pour apprendre à vendre des aspirateurs qui n'existent pas. Tu investis dans le droit de dire aux autres qu'ils peuvent, eux aussi, devenir des gouttes d'eau. C'est le cycle de la pluie. Je suis littéralement en train de vous expliquer que je suis la météo, et vous, vous me parlez de l'article 313-1 du Code Pénal. Quel manque de poésie.

Approchez-vous. Regardez cette salle. Vous êtes 500. Si chacun de vous convainc 12 personnes de rejoindre le Cercle, et que ces 12 personnes en convainquent 12 autres, d'ici mardi prochain, nous aurons intégré l'intégralité de la population de l'Asie du Sud-Est. Les mathématiciens appellent ça une "impossibilité physique". Moi,

j'appelle ça une "opportunité de croissance agressive".

La limite n'est pas le nombre d'êtres humains sur Terre. La limite, c'est votre capacité à ignorer la réalité.

Dans le Cercle de Confiance, on ne recrute pas. On « offre une fréquence ». Quand vous appelez votre cousin pour lui dire de vider son PEL pour rejoindre une « matrice de co-crédation de valeur immatérielle », vous ne l'arnaquez pas. Vous l'invitez à une fête dont il est le DJ, l'invité d'honneur et le traiteur (surtout le traiteur, c'est lui qui paie les canapés).

Et si le cousin râle parce qu'au bout de six mois, il n'a gagné que trois PDF sur « Comment méditer avec son banquier », c'est simplement qu'il a un « blocage d'abondance ». C'est psychologique. Son ego refuse de voir que la richesse est déjà là, dans la satisfaction d'avoir aidé le Cercle à rester rond. Le profit, c'est tellement vulgaire. Le vrai gain, c'est l'adrénaline de la prospection sur LinkedIn à 3 heures du matin.

Le génie de la forme circulaire, c'est qu'elle permet d'éliminer la notion de « victime ». Dans une pyramide, on cherche qui est le dernier entré, celui qui va payer pour tout le monde avant que le château de cartes ne s'écroule. Dans mon Cercle, il n'y a pas de dernier entré. Il n'y a que des « nouveaux soleils ». Et un soleil, ça ne tombe pas, ça brille ! (Et accessoirement, ça finit par s'éteindre dans un froid glacial après avoir brûlé tout son hydrogène, mais on n'en est pas encore là, achetez d'abord le module "Soleil de Diamant").

Je vois un monsieur au troisième rang qui fronce les sourcils. Il a probablement lu un article sur Wikipedia ou, pire, regardé un reportage sur une chaîne de service public avec un journaliste en col roulé qui parle de "systèmes frauduleux". Monsieur, est-ce qu'une roue est une arnaque ? Est-ce que le cycle des saisons est une escroquerie ? Est-ce que le fait que mon jet privé fasse des ronds dans le ciel au-dessus des

Bahamas est illégal ? Non. C'est la fluidité.

Nous ne vendons pas du vide. Le vide est une absence de matière. Nous, nous vendons de l'espace. De l'espace pour que votre potentiel puisse se déployer sans être encombré par des choses inutiles comme un produit, un service ou une valeur ajoutée tangible. La valeur ajoutée, c'est pour les boulangers. Nous, on est dans l'alchimie. On transforme votre épargne de sécurité en une sensation de liberté absolue. Et quoi de plus libre qu'un homme qui n'a plus rien à perdre parce qu'il a tout mis dans un "pool de liquidité spirituelle" géré par un bot aux îles Caïmans ?

Le sommet est invisible parce qu'il est devenu divin. On n'audite pas Dieu. On ne demande pas de bilan comptable au Saint-Esprit. On se contente de croire et de virer les fonds sur le compte Revolut indiqué dans le canal Telegram "Confiance & Volupté".

Maintenant, je vais vous demander de fermer les yeux. Imaginez ce cercle. Sentez la chaleur des billets qui s'envolent de vos poches pour rejoindre le grand tourbillon central. Ne lutez pas. Le vent de la réussite souffle fort. C'est normal, c'est l'effet de levier de mon mépris pour les régulations bancaires qui crée un courant d'air.

Applaudissez. Pas pour moi. Applaudissez pour la géométrie. Applaudissez parce que vous avez enfin compris que la ligne droite est le chemin le plus court vers la pauvreté, alors que le cercle, mes amis, le cercle est le chemin le plus long pour que vous ne vous rendiez jamais compte que vous revenez toujours au même point : celui où vous me devez encore 200€ pour le chapitre suivant.

VROUM VROUM. Le moteur de ma conscience s'emballe. Je sens que je vais léviter. Ou alors c'est juste l'appel de mon courtier qui me confirme que vos virements viennent de passer le premier niveau de blanchiment... pardon, de "purification énergétique".

Bienvenue dans le cercle. La sortie est condamnée, mais la vue sur mon succès est imprenable.

Chapitre 5

Vendre l'Enthousiasme d'avoir de l'Enthousiasme

Regardez cette petite ride entre vos deux sourcils. Ne niez pas, je la vois d'ici, elle scintille comme un néon « ÉCHEC » sur le front d'un employé de bureau en fin de droits. Cette petite contraction musculaire, c'est le trou noir de votre compte en banque. C'est le termite qui grignote les pieds de votre futur yacht. Vous êtes là, à me demander pourquoi la « Méthode Turbo-Néant » que je vous ai vendue pour le prix d'un rein n'a pas encore transformé votre salon en coffre-fort de l'oncle Picsou ? Vous voulez des chiffres ? Des graphiques ? Une stratégie ?

Quelle tristesse. Quelle pauvreté vibratoire.

Si vous n'êtes pas encore riche, ce n'est pas parce que ma formation est une compilation de citations de Steve Jobs traduites par un Bulgare dyslexique sur Google Translate. Non. C'est parce que vous avez une énergie de poireau bouilli. Vous dégagez une aura de lundi matin pluvieux dans une zone industrielle de la Creuse. Et l'univers, mes amis, l'univers a horreur des gens qui font la gueule. L'argent est une entité timide : il ne rentre pas dans une pièce où l'on sent l'odeur du doute et de la sueur froide.

Bienvenue dans l'étape supérieure. Aujourd'hui, on ne vend plus du vent, on vend la turbine. On va apprendre à « Vendre l'Enthousiasme d'avoir de l'Enthousiasme ».

Le concept est d'une pureté cristalline : si votre client ne réussit pas avec vos conseils bidon, c'est que son « Mindset » est pollué par cette toxine mortelle qu'on appelle le « Réalisme ». Le réalisme, c'est pour les gens qui ont besoin de manger trois fois par jour. Nous, nous sommes des athlètes de la convulsion de bonheur. Nous sommes des

centrales nucléaires de la gesticulation mentale.

Imaginez la scène. Votre client, appelons-le Jean-Michel Naïveté, vient vous voir après trois mois. Il a perdu ses économies, sa femme est partie avec le livreur de sushis et il vit dans une tente Quechua sur un rond-point. Il vous dit : « Maître, j'ai suivi vos vidéos sur comment vendre des formations pour vendre des formations de vente, mais je n'ai rien vendu. »

C'est là que vous devez sortir l'artillerie lourde. Ne parlez surtout pas de business. Regardez-le avec une pitié divine, comme si vous observiez un cafard essayer de comprendre la physique quantique.

Dites-lui : « Jean-Michel, je sens une résistance dans ton plexus solaire. Tu n'es pas en colère contre mon programme, tu es en colère contre ta propre incapacité à vibrer à la fréquence de l'abondance. Est-ce que tu souris quand tu configures tes Facebook Ads ? Non. Je parie que tu as le front plissé. Tu envoies des ondes de manque. Tu n'as pas échoué parce que ma méthode est vide, tu as échoué parce que tu es un trou noir de joie. »

C'est le génie absolu de la technique : le Gaslighting Énergétique.

Pour vendre l'enthousiasme d'avoir de l'enthousiasme, vous devez transformer votre visage en une sorte de masque de Joker sous cocaïne. Vos dents doivent être si blanches qu'elles pourraient servir de phares pour les Boeing en perdition. Quand vous parlez, ne donnez pas d'informations. Donnez des exclamations.

« OUAIS ! », « INCROYABLE ! », « BOUM ! », « C'EST LE FEU ! ».

Si vous donnez une information, le cerveau du client s'active pour l'analyser. C'est dangereux. L'analyse mène au calcul, et le calcul mène à la conclusion que vous êtes un escroc. Par contre, si vous hurlez votre enthousiasme d'être enthousiaste à l'idée d'être enthousiaste, le cerveau du client surchauffe et passe en mode « Survie par l'Imitation ». Il se met à sauter sur place avec vous en espérant que le chèque de 10 000 euros tombera du plafond par simple effet de résonance acoustique.

Appelez ça la « Loi de l'Attraction 2.0 : La Version Électrique ».

Expliquez à vos ouailles que le succès, c'est 99% d'écume aux lèvres et 1% de chance que le fisc ne vous trouve pas. Si un client demande un remboursement, c'est la preuve ultime de sa faillite spirituelle. Répondez-lui : « Un remboursement ? Tu veux dire que tu veux racheter ta propre médiocrité ? Tu veux investir dans ton retour en arrière ? Ok, je peux te rendre ton argent, mais sache qu'en faisant ça, tu signes un pacte avec le Démon du Salarial. Tu préfères 500 balles maintenant ou la possibilité théorique de devenir un demi-dieu du Lifestyle dans un futur qui n'arrivera jamais ? »

Généralement, ils gardent leur formation vide. Ils ont trop peur que leur « vibration » ne chute en dessous du niveau de la mer.

Le secret, c'est que l'enthousiasme est un produit de consommation comme un autre, mais sans date de péremption puisqu'il ne contient aucune substance organique. Vous ne vendez pas des résultats, vous vendez le *frisson* de croire qu'on va avoir des résultats. C'est l'orgasme simulé du capitalisme sauvage.

Regardez-moi. Je ne sais même pas de quoi je parle. Je pourrais être en train de vous réciter la liste des ingrédients d'un paquet de chips Leader Price avec ce même ton de prophète survolté, et vous seriez là, la bave aux lèvres, à chercher votre carte bleue. Pourquoi ? Parce que je suis *enthousiaste* ! Je suis tellement excité par mon propre vide intérieur que cela crée une force de gravitation. Je suis un soleil noir, mes amis. Je brûle de l'hydrogène composé de vos espoirs déçus.

VROUM VROUM. Vous entendez ? C'est le bruit de ma Tesla de fonction qui roule sur vos scrupules.

Entraînons-nous. Levez-vous. Oui, vous, derrière votre écran, avec votre pyjama taché de café et votre sentiment d'inutilité existentielle. Levez les bras. Plus haut.

Imaginez que vous cueillez des billets de banque sur les nuages de l'imaginaire. Maintenant, criez : « JE SUIS CONTENT D'ÊTRE CONTENT ! ».

Plus fort.

Si vos voisins n'appellent pas la police ou un exorciste, c'est que vous n'êtes pas assez « aligné ».

Vous sentez cette chaleur ? Ce n'est pas le succès qui arrive. C'est juste votre tension artérielle qui grimpe parce que vous réalisez, inconsciemment, que vous venez de passer dix minutes à lire les divagations d'un sociopathe en costume cintré. Mais votre cerveau refuse l'évidence. Il préfère croire que si vous souriez assez fort, la réalité finira par s'excuser et vous donner les clés de la villa à Dubaï.

Technique avancée : Le « Up-sell du Bonheur ».

Une fois que vous leur avez vendu l'enthousiasme, vendez-leur la *Certification de Maître en Enthousiasme*. Expliquez-leur que pour que l'enthousiasme fonctionne vraiment, il faut qu'ils l'enseignent à d'autres. C'est le schéma de Ponzi de la bonne humeur. Vous ne vendez plus du vide, vous vendez le droit de vendre du vide avec le sourire. C'est propre. C'est écologique. Ça ne nécessite aucune ressource naturelle, à part une réserve inépuisable de crédulité humaine.

Et si jamais, par un malheureux hasard, l'un de vos disciples finit par se réveiller et se rend compte qu'il n'a rien appris, qu'il n'a rien vendu, et qu'il est juste devenu un clown triste qui hurle des slogans dans le désert... Utilisez l'argument final.

L'argument nucléaire.

« Tu as échoué parce que tu as essayé de comprendre au lieu de ressentir. La compréhension, c'est le cancer de la réussite. Tu as mis de l'intellect là où il fallait mettre de l'extase. Ton échec est ta faute. Ta tristesse est ton crime. Maintenant, reprends une dose de ma formation "Sourire de Platine" pour seulement 499€, ou accepte d'être un rat pour le restant de tes jours. »

Ils paient. Ils paient toujours. Parce que la vérité est trop froide, alors que mon mensonge est chauffé à blanc.

Regardez-moi encore une fois. Je ne vous méprise pas. Enfin si, un peu, mais c'est un mépris bienveillant, un mépris de luxe. Je vous aime comme un fermier aime ses vaches laitières : j'apprécie la texture de votre cuir et la fluidité de votre production monétaire.

Allez, rhabillez-vous. Essuyez cette petite larme de lucidité. C'est mauvais pour le teint. Reprenez votre masque. Contractez les zygomatiques jusqu'à ce que ça craque. Voilà. C'est ça. Vous êtes prêt. Vous ne savez rien, vous n'avez rien à offrir, mais mon dieu, ce que vous avez l'air content de le faire.

Le vide n'a jamais été aussi brillant. Applaudissez. Plus fort. Vos mains ne doivent plus être que des moignons de ferveur. On se retrouve au prochain chapitre, si votre banque ne m'a pas encore signalé pour activité paranormale.

VROUM VROUM, les perdants. Le vent tourne, et c'est moi qui tiens le ventilateur.

Chapitre 6

L'Entonnoir de Vente Infini : Le Trou Noir Marketing

Asseyez-vous, prenez un café bien serré — de toute façon, c'est tout ce que vous pourrez vous payer ce mois-ci — et regardez l'abîme. Car aujourd'hui, nous allons parler d'architecture. Pas celle qui érige des cathédrales ou des ponts suspendus, non. Nous allons parler de l'architecture du néant : l'Entonnoir de Vente Infini. C'est l'équivalent marketing du Ruban de Möbius : une boucle sans fin où le client entre par curiosité et finit par ressortir... par là où il est entré, mais avec les poches vides et le cerveau en compote.

L'idée est d'une simplicité criminelle. C'est la poupée russe de l'arnaque. Vous ouvrez une boîte pour y trouver une boîte plus petite, qui en contient une plus petite encore, jusqu'à ce qu'il ne reste plus que de la poussière et une facture de 1 997 euros hors taxes.

Tout commence par la « Page de Capture ». Ou, comme j'aime l'appeler, le « Filet à Plancton ».

Le design doit être d'un minimalisme agressif. Une page blanche, une police d'écriture qui hurle « je suis trop riche pour payer un graphiste », et une promesse tellement grosse qu'elle devrait avoir son propre code postal. On n'y vend rien, surtout pas. On « offre ». Le mot magique. Le mot qui fait baver le prolo du numérique comme un chien de Pavlov devant une cloche en or. « Téléchargez gratuitement mon guide : Les 7 secrets pour gagner votre vie en respirant par le nez. »

Vous cliquez. Évidemment que vous cliquez. Vous voulez savoir. Vous donnez votre

adresse mail, ce qui revient à donner les clés de votre boîte aux lettres à un cambrioleur poli. Et là, c'est le premier engrenage. La porte se referme derrière vous. *Clac.*

Vous n'avez pas le guide. Enfin si, vous avez un PDF de trois pages rempli de fautes d'orthographe qui vous explique que pour réussir, il faut « avoir un mental de gagnant ». Merci, Einstein. Mais surtout, la page de capture ne vous laisse pas repartir. Elle vous vomit littéralement sur une « Page de Remerciement » qui contient une vidéo.

C'est la Vidéo de Valeur.

Regardez-moi ce chef-d'œuvre. Je suis là, face caméra, avec un micro-cravate mal fixé et un tableau blanc derrière moi où j'ai gribouillé des flèches qui ne mènent nulle part. Je vous parle de ma « méthode ». Je ne vous donne aucun détail, je ne fais que vous expliquer à quel point ma vie était misérable avant que je ne découvre *Le Secret*. Je dormais dans une Twingo, je mangeais des pâtes au sel, et maintenant, regardez : j'ai une montre plus grosse que votre avenir.

La vidéo dure douze minutes. Pourquoi douze ? Parce qu'au bout de huit, votre cerveau commence à sécréter de la dopamine par anticipation, et qu'à dix, vous êtes en état d'hypnose légère. C'est là que je lâche la bombe : « Si vous voulez vraiment passer au niveau supérieur, cette vidéo n'est qu'un amuse-bouche. Inscrivez-vous à mon Webinaire Exclusif qui commence dans exactement 14 minutes et 22 secondes. »

Le compte à rebours s'affiche en rouge sang. C'est faux, bien sûr. Si vous rafraîchissez la page, le compteur repart. Si vous revenez demain, il repart. Le temps est une notion relative pour les physiciens et une arme de destruction massive pour les marketeurs.

Vous vous inscrivez. Vous êtes maintenant dans la gorge du monstre.

Le Webinaire, c'est la grand-messe du vide. C'est le moment où je vous parle pendant une heure et demie. Les quarante premières minutes sont consacrées à vous prouver que vous êtes une merde. Oh, je le fais avec bienveillance ! « Vous travaillez dur, mais vous n'avez pas de résultats. C'est normal, la société vous a menti. » Je valide votre échec pour mieux vous vendre ma solution. C'est le syndrome de Stockholm appliqué au commerce électronique.

Puis vient la phase de « Preuve Sociale ». J'affiche des captures d'écran de messages WhatsApp de « clients » (probablement mon cousin et un bot malaisien) qui disent : « Merci patron, grâce à toi j'ai acheté une île déserte et j'ai guéri mon eczéma. »

Et enfin, le grand final. Le « Stack ». Le moment où je vous annonce le prix de ma formation.

« Cette méthode vaut 10 000 euros. Mais parce que je vous aime, et parce que je veux démocratiser la richesse, je ne vais pas vous la vendre 10 000. Ni 5 000. Ni même 1 000. »

À ce stade, vous êtes prêt à donner un rein.

« Aujourd'hui, pour les 50 premières personnes (qui sont en réalité 4 000 derrière leur écran, mais chuuut), c'est seulement 497 euros ! »

Et que contient ce produit révolutionnaire ? C'est là que le génie confine à la poésie pure.

Le produit, c'est le « Guide Ultime : Comment créer des Pages de Capture qui convertissent ».

Vous voyez la boucle ? La géométrie parfaite du cercle vicieux ?

Je vous ai attiré avec une page de capture pour vous vendre une vidéo, qui vous a vendu un webinaire, qui vous a vendu un guide... pour apprendre à faire exactement ce que je viens de vous faire. C'est l'arnaque autophage. Je ne vous vends pas un

poisson, je ne vous apprend pas à pêcher, je vous vends le plan de construction d'une usine de filets de pêche pour que vous puissiez attraper d'autres types qui voudront, à leur tour, construire des usines.

C'est une pyramide de Ponzi déguisée en écosystème éducatif.

Et le pire ? C'est que vous allez adorer ça. Vous allez lire mon guide avec la ferveur d'un moine copiste. Vous allez apprendre les « Power Words », les « Trigger Points », l'art de choisir la nuance de bleu qui rassure le pigeon sur sa page de destination. Vous allez passer des nuits blanches à configurer votre autorépondeur pour envoyer des mails de relance à 3h du matin avec des objets comme : « Il reste une place, ne me déçois pas... »

Vous allez devenir, vous aussi, un architecte du vide.

Parce qu'au fond de vous, vous avez compris le secret suprême, celui que je ne dis qu'à demi-mot entre deux tunnels de vente : le monde ne veut pas de produits. Le monde s'en fout de votre logiciel de gestion de stocks ou de vos bougies artisanales à l'odeur de patchouli. Le monde veut de l'espoir. Et l'espoir, c'est ce qui se vend le mieux quand il ne repose sur rien.

L'entonnoir de vente n'est pas un outil de marketing, c'est une centrifugeuse émotionnelle. On y injecte de la frustration humaine à haute pression, on fait tourner le tout avec quelques promesses de liberté financière, et on récupère le sédiment : du cash. Beaucoup de cash.

Vous vous demandez peut-être si c'est moral ? Quelle question délicieusement vintage. La morale, c'est pour les gens qui ont le temps de réfléchir. Nous, on n'a pas le temps, on a des taux de conversion à surveiller.

Regardez votre écran. Voyez cette petite fenêtre de chat en bas à droite qui vous

demande si vous avez besoin d'aide ? C'est moi. Enfin, c'est mon IA programmée pour simuler l'empathie. Elle vous attend. Elle vous sourit. Elle sait déjà quel est le plafond de votre carte bancaire.

Entrez dans l'entonnoir. N'ayez pas peur de la chute, elle est infinie. C'est comme le saut à l'élastique, mais on oublie de vous attacher l'élastique et, à la place, on vous vend un manuel de vol pendant que vous tombez.

C'est magnifique, non ? Le vide n'a jamais eu autant de relief.

Allez, cliquez sur le bouton orange. Pas le vert, le orange. Des études ont prouvé que le orange déclenche l'impulsion d'achat chez les primates et les entrepreneurs en devenir. Et entre nous, la différence est minime.

Vendez le vide. Vendez l'envie de le vendre. Et surtout, n'oubliez pas de mettre un compte à rebours sur votre propre conscience. Il ne reste que 3 minutes avant qu'elle ne s'éteigne définitivement.

Tic. Tac. Tic. Tac.

On se voit de l'autre côté du tunnel. Préparez votre code CVV, la lumière au bout du couloir, c'est juste le reflet du néon sur ma liasse de billets.

Chapitre 7

Témoignages : L'Art du Ventriloquisme Numérique

Bienvenue dans le laboratoire du Dr Frankenstein du marketing de réseau, section « Gestation de Fantômes Rémunérateurs ». Asseyez-vous, prenez un bloc-notes et laissez votre éthique au vestiaire, juste à côté de votre parapluie. On ne voudrait pas qu'elle soit mouillée par le torrent de larmes de gratitude que nous allons inventer ensemble.

Le problème avec les vrais clients, c'est qu'ils sont d'une banalité affligeante. Ils achètent votre formation, ils oublient de l'ouvrir, ou pire, ils l'ouvrent, ne font rien, et vous envoient un e-mail à 3 heures du matin pour dire que « le bouton bleu ne marche pas sur leur iPad de 2012 ». Un vrai client, c'est imprévisible, c'est râleur, et ça demande des remboursements. Le vrai client est l'ennemi naturel de la croissance exponentielle.

C'est là qu'intervient l'Art du Ventriloquisme Numérique. Pourquoi s'embêter avec l'humain quand on peut sculpter le Divin dans l'argile du mensonge ? Nous allons créer Jean-Pierre.

Jean-Pierre n'a pas de compte bancaire au départ, il n'a pas de charisme, et il a probablement un chien qui s'appelle « Rex » et une passion triste pour les puzzles de 5000 pièces représentant des paysages du Jura. Jean-Pierre est une toile vierge sur laquelle nous allons peindre le miracle de la « Respiration Quantique pour Millionnaires en Pyjama ».

Commençons par le casting. Pour fabriquer un Jean-Pierre crédible, il vous faut une photo. Ne faites pas l'erreur du débutant en allant sur une banque d'images gratuite

pour taper « Homme heureux ». Vous allez vous retrouver avec un mannequin suédois de 25 ans aux dents si blanches qu'elles pourraient servir de phares en pleine mer. Personne ne croit qu'un mannequin suédois a besoin de votre méthode de respiration pour gagner sa vie. Non, il vous faut de la « texture ». Allez sur un site de visages générés par intelligence artificielle. Cherchez le visage de la défaite modérée. Un homme d'une cinquantaine d'années, un peu de calvitie, un regard qui crie « j'ai passé vingt ans à remplir des tableurs Excel dans un sous-sol à Limoges ». C'est ça, le visage du succès. Parce que si ce type a réussi à gagner 10 000 €, alors n'importe quel autre primate avec un pouce opposable peut le faire.

Maintenant, donnons-lui une voix. Le ventriloquisme numérique exige une syntaxe précise : le « Parler-Vrai-Mais-Pas-Trop-Bien ».

Si votre Jean-Pierre écrit comme un académicien, on sentira l'arnaque. S'il écrit comme un adolescent sous ecstasy, on sentira la panique. Il doit écrire comme un homme qui vient de découvrir le feu, mais un feu qui rapporte des dividendes.

Exemple de témoignage raté :

« Grâce à la méthode de respiration holistique de mon mentor, j'ai transcendé les barrières systémiques de l'économie de marché pour générer un flux de trésorerie passif substantiel. »

Nul. On dirait un communiqué de presse pour une start-up de recyclage de tofu.

Exemple de témoignage « Ventriloque de Génie » :

« Honnêtement, j'y croyais pas. Ma femme non plus d'ailleurs (elle rigolait au début !). J'ai juste suivi la vidéo sur la respiration ventrale inversée en pensant à mes factures. Le lendemain matin, je me réveille, je regarde mon compte Stripe : +12 453,22 €. J'ai cru à un bug. Mais non. C'était bien là. En dormant. Je ne sais pas comment ça marche techniquement, mais mon banquier m'appelle "Monsieur" maintenant. Merci Chef ! »

Admirez la précision chirurgicale de ce texte.

D'abord, le doute initial (« J'y croyais pas »). C'est le lubrifiant social indispensable. Si Jean-Pierre y croyait dès le début, c'est un idiot. S'il était sceptique, c'est un génie comme vous.

Ensuite, l'anecdote familiale (« Ma femme rigolait »). Cela ajoute une dimension de drame domestique. On imagine Jean-Pierre, seul dans son salon, respirant bruyamment comme un asthmatique en fin de course, sous le regard méprisant de sa conjointe. C'est du cinéma, c'est du vécu, c'est de la merde de qualité supérieure. Et enfin, le chiffre précis. Jamais « 10 000 € ». Toujours un chiffre avec des virgules. « 12 453,22 € ». La virgule, c'est la preuve de l'authenticité. On ne peut pas inventer 22 centimes, n'est-ce pas ? (Si, on peut, et c'est même recommandé).

Mais attention, un seul Jean-Pierre ne suffit pas. Il vous faut une armée de spectres. Il vous faut « Sarah, maman solo de trois enfants qui a payé ses vacances aux Bahamas en soufflant dans un ballon de baudruche ». Il vous faut « Kevin, ancien livreur Deliveroo qui gagne désormais le PIB du Laos en faisant de l'apnée devant son écran ».

Le secret de la réussite de votre tunnel de vente réside dans la section « Ce qu'ils en pensent ». C'est ici que vous allez déployer votre talent d'écrivain de fiction. Chaque avatar doit répondre à une objection spécifique du prospect.

- Le prospect a peur que ce soit trop compliqué ? Jean-Pierre précise qu'il « n'y connaît rien en informatique et qu'il tape encore avec deux doigts ».
- Le prospect a peur que ce soit une arnaque ? Sarah mentionne qu'elle a « failli porter plainte, mais qu'elle a finalement reçu son virement avant d'appeler son avocat ».
- Le prospect est paresseux ? Kevin confirme qu'il travaille « environ 4 minutes par semaine, le temps de reprendre son souffle ».

L'Art du Ventriloquisme Numérique, c'est l'art de créer un écho dans une pièce vide. Vous criez « Argent ! » et vous faites répondre dix Jean-Pierre différents avec dix accents différents.

Et si par malheur un vrai client — un de ces fâcheux en chair et en os — vient poster un commentaire sous votre publicité pour dire que votre méthode lui a juste donné un vertige carabiné et qu'il n'a pas gagné un centime, déclenchez immédiatement l'escouade des Jean-Pierre.

Faites-les répondre en meute :

« T'as sûrement pas expiré par la narine gauche comme c'est expliqué dans le module 4, mon pote. Faut être sérieux un peu si on veut des résultats ! »

Ou encore :

« Toujours les mêmes rageurs qui veulent tout sans rien faire... Perso, j'ai fait 8k le mois dernier grâce à la respiration, merci de ne pas décourager ceux qui veulent vraiment s'en sortir. »

Il n'y a rien de plus puissant qu'un homme imaginaire défendant son honneur imaginaire contre une victime réelle. C'est le stade ultime du marketing : la dilution de la réalité dans un bain d'avatars.

À ce stade, vous vous demandez peut-être : « N'est-ce pas un peu... illégal ? »

Quelle question délicieusement vintage ! Nous ne sommes pas dans un tribunal, nous sommes sur Internet. Sur Internet, la vérité est une option ergonomique. Si vous affichez un message disant « Résultats non garantis » en gris clair, taille 4, sur un fond blanc cassé en bas de page, vous êtes légalement couvert. Vous ne mentez pas, vous « illustrez des possibilités potentielles à travers des personnages de fiction à but pédagogique ». C'est de la littérature, messieurs-dames. Vous êtes les Balzac du vide, les Zola de la commission d'affiliation.

Regardez votre Jean-Pierre. Regardez sa photo générée par IA. Il vous sourit. Il ne vous demandera jamais de vacances. Il ne fera jamais de burn-out. Il ne vous traînera jamais aux prud'hommes. Il est le client parfait. Il est l'extension de votre volonté.

Maintenant, retournez à votre clavier. Jean-Pierre a besoin de préciser qu'il vient de

s'acheter une Tesla uniquement avec l'argent qu'il a généré en faisant des apnées pendant ses pauses déjeuner. N'oubliez pas la virgule dans le montant du virement. Et surtout, n'oubliez pas de mettre une photo de Jean-Pierre devant une voiture de location. Une Tesla blanche. Parce que le blanc, c'est la pureté. Et il n'y a rien de plus pur que le vide quand on sait comment le packager.

Allez, faites respirer Jean-Pierre. Plus il s'essouffle, plus vous vous enrichissez. C'est ça, la magie de l'oxygénation financière.

Respirer. Encaisser. Recommencer.

Et si vous sentez une pointe de culpabilité au fond de votre thorax, c'est juste que vous ne respirez pas de la bonne manière. Achetez ma formation sur la « Respiration de l'Âme Cynique », elle est en promo à -90% pour les dix prochaines secondes. Jean-Pierre vient d'en prendre trois exemplaires, et il ne s'est jamais senti aussi vivant. Enfin, pour un fantôme, s'entend.

Chapitre 8

Le Prix Psychologique : 997€ au lieu de l'Infini

Regardez bien ce chiffre : 7. Observez sa cambrure, cette petite barre horizontale qui lui donne l'air d'un homme d'affaires qui porte une écharpe en cachemire alors qu'il fait 22 degrés. Le 7 n'est pas un chiffre, c'est une arme de destruction massive de l'épargne salariale. Si vous terminez votre prix par un 0, vous êtes un épicier. Si vous terminez par un 9, vous êtes une succursale de chez Lidl en fin de stock. Mais si vous terminez par un 7, vous êtes un "expert en neurosciences appliquées au succès". Vous n'êtes plus en train de vendre un PDF de trois pages sur « Comment devenir riche en regardant pousser ses ongles », vous êtes en train de proposer une *opportunité d'investissement*.

Pourquoi le 7 ? Parce que le cerveau humain est une machine magnifique, complexe, mais absolument stupide dès qu'on lui agite un objet brillant devant les yeux. Le 7 suggère une précision chirurgicale. Si je vous vends une formation à 1 000 €, vous vous dites : « Ce type a arrondi au pif, il essaie de me détrousser pour payer son loyer à Dubaï ». Mais si je vous la vends 997 €, vous vous dites : « Ah, il y a eu un calcul complexe derrière. C'est le prix juste. C'est le résultat d'une équation alchimique entre la valeur intrinsèque du néant et le coût marginal de mon propre désespoir. » 997, c'est le prix de la science. C'est le prix de celui qui sait.

Prenons Jean-Pierre. Jean-Pierre a compris que pour vendre du vide, il faut d'abord créer un gouffre. Avant de lui annoncer le prix, il faut que Jean-Pierre installe ce qu'on appelle "l'Ancrage de l'Infini". C'est l'étape où vous expliquez à votre prospect que ce que vous allez lui apprendre n'a pas de prix. Comment donner un prix à la liberté ? Comment étiqueter le fait de pouvoir envoyer chier son patron en faisant un salto arrière ? C'est inestimable. C'est le prix d'une vie. C'est le prix d'une Tesla

blanche immaculée qui sent encore le plastique de location.

« Cette méthode, mes amis, m'a coûté 15 ans de souffrance, trois divorces et l'ablation d'un lobe hépatique par pur stress financier. Si je devais la facturer à sa juste valeur, elle coûterait 45 000 €. C'est le prix d'une école de commerce miteuse où l'on vous apprend à faire des PowerPoints sur le bien-être au travail. »

Là, le prospect commence à transpirer. Il voit les 45 000 € s'afficher en lettres de feu sur son écran Retina. Il se sent pauvre. Il se sent petit. Il se sent comme un stagiaire qui a renversé du café sur le serveur central. Et c'est là que la magie opère. C'est là que vous sortez la sulfateuse à endorphines.

« Mais parce que je veux démocratiser le succès, parce que ma mission de vie est de voir chaque être humain sur cette planète posséder sa propre Tesla de location, je ne vais pas vous demander 45 000 €. Ni même 10 000 €. Ni même le prix d'un café par jour pendant un an. Aujourd'hui, et seulement pour les 12 prochaines minutes (ou jusqu'à ce que mon script de compte à rebours factice arrive à zéro), vous pouvez accéder à l'intégralité de mon savoir pour... 997 €. »

BAM. Le cerveau du client fait un court-circuit de soulagement. Il vient de gagner 44 003 € ! Dans sa tête, il n'est pas en train de dépenser mille balles pour un pack de vidéos filmées avec un iPhone 8 dans un Airbnb mal éclairé. Non, il vient de réaliser le braquage du siècle. Il a l'impression d'avoir volé Jean-Pierre. Il se sent puissant, rusé, presque coupable de profiter d'une telle générosité. Le 7 final agit comme un crochet : il s'insère dans la zone du cortex responsable de la rationalisation de l'absurde.

Le 997 €, c'est la frontière psychologique entre « C'est cher » et « C'est un investissement ». Si vous mettiez 1 000 €, le prospect verrait quatre chiffres. Quatre chiffres, c'est le début du loyer, c'est le prix d'un vieil utilitaire, c'est du sérieux. Trois chiffres commençant par un 9, c'est psychologiquement encore dans la

catégorie des « petits plaisirs ». C'est comme un très gros sac à main, ou un week-end à Center Parcs où l'on finit par détester sa famille. Ça passe. Ça glisse. C'est fluide comme l'huile de vidange de la Tesla de Jean-Pierre.

D'ailleurs, parlons de Jean-Pierre. Il vient d'uploader sa Masterclass intitulée : « Le Silence des Agneaux Financiers : Comment tondre la laine sur le dos du destin ». Il a passé trois heures à essayer de comprendre comment fonctionne Stripe. Il a hésité. Il s'est dit : « Peut-être que 97 € suffiraient ? ». Jean-Pierre, pauvre fou. Si tu vends ton vide à 97 €, les gens vont penser que ton vide est vide. Pour que le vide ait de la valeur, il doit être cher. Le luxe, c'est du vide avec un packaging en or. En montant à 997 €, tu ne vends pas un produit, tu vends un club sélect. Tu vends le sentiment d'appartenir aux 1% qui ont compris que le chiffre 7 est une fréquence vibratoire de richesse.

Et n'oubliez jamais l'argument ultime du vendeur de vide : « Si vous trouvez que 997 € c'est cher, c'est précisément parce que vous avez besoin de cette formation. Votre résistance au prix est la preuve de votre mindset de pauvre. En ne payant pas, vous restez dans votre zone de confort. En payant, vous faites un saut quantique vers l'abondance. »

C'est le génie absolu du truc : le prix devient une partie de la thérapie. Plus c'est douloureux, plus c'est censé soigner. C'est l'homéopathie du portefeuille. On vous vide les poches pour que vous vous sentiez plus léger, et donc plus apte à voler vers les sommets du succès. Si Jean-Pierre vendait son truc pour 7 €, personne ne le prendrait au sérieux. À 997 €, il devient un gourou. À 9 997 €, il devient une religion (mais là, il faut une Tesla de couleur mate, le blanc ne suffit plus).

Vous remarquerez que les plus grands vendeurs de vent ne s'arrêtent jamais aux chiffres ronds. Le rond, c'est la perfection de la nature, et la nature ne fait pas de marketing. Le 7, c'est l'asymétrie. C'est l'imperfection calculée qui force l'œil à s'arrêter. C'est la petite verrue sur le nez de la Joconde qui vous fait dire : « Tiens,

c'est authentique ».

Observez Jean-Pierre sur sa page de vente. Il a ajouté un petit encadré : « Pourquoi 997 € ? Parce que 3 € servent à financer une association qui plante des arbres de la connaissance dans le métavers. » C'est faux, bien sûr. Les 3 € servent à payer l'option "sièges chauffants" de sa voiture de location pour qu'il n'ait pas froid aux fesses pendant qu'il filme son prochain module sur « L'Énergie Tellurique des Virements Bancaires ».

Mais le client s'en fiche. Le client veut son 7. Il veut cliquer sur ce bouton orange qui dit « OUI, JE VEUX DEVENIR UNE MEILLEURE VERSION DE MOI-MÊME POUR LE PRIX D'UN SMIC NET ». Il veut sentir cette décharge d'adrénaline au moment où il entre les numéros de sa carte bleue. C'est un moment sacré. C'est l'eucharistie du capitalisme sauvage.

Et si jamais, par un malheureux hasard, le client commence à avoir des doutes après l'achat, Jean-Pierre a tout prévu. Le module 1 s'intitule : « Pourquoi regretter est une vibration de basse fréquence qui attire la calvitie ». On ne rembourse pas le vide. On ne rend pas l'oxygène qu'on a respiré. Le prix était de 997 €, le contrat est rempli. Jean-Pierre a encaissé. Le client a... une facture en PDF avec un joli logo.

Alors, mes chers amis du néant, sortez vos calculettes. Prenez n'importe quel chiffre au hasard, multipliez-le par votre audace, divisez-le par votre morale, et quoi qu'il arrive, finissez par un 7. C'est la clé du royaume. C'est le code secret du coffre-fort de la crédulité humaine.

997 €. C'est le prix de l'espoir quand on n'a plus d'idées. C'est le prix du vent quand il est bien parfumé. Et surtout, c'est exactement ce qu'il reste sur le compte de Jean-Pierre après avoir payé la caution de sa Tesla, parce qu'il a oublié de préciser qu'il ne savait pas faire de créneau. Mais ça, ce sera le sujet de sa prochaine formation : « L'Art du Crash Constructif : Comment rebondir quand on a tapé un muret à 997 €

de réparations ».

Inscrivez-vous vite. Il ne reste que deux places. (C'est faux, il y en a une infinité, mais le 2, c'est presque un 7 à l'envers si on ferme les yeux très fort après avoir bu trop de café.)

Chapitre 9

La Formation Meta : Vendre comment vendre la vente

Mesdames, Messieurs, et vous les futurs retraités de vingt-quatre ans qui m'écoutez depuis votre chambre d'enfant en caressant l'espoir d'acheter un jour un jet privé avec l'argent de votre PEL. Approchez. Plus près. Non, pas trop près, l'odeur de la sueur et du désespoir de classe moyenne, ça tache le lin blanc de mon costume de gourou.

Bienvenue au sommet de la montagne. Oubliez le dropshipping de coques d'iPhone qui arrivent trois mois après la sortie du nouveau modèle. Oubliez le trading de cryptomonnaies basées sur des photos de chiens qui louchent. Nous entrons aujourd'hui dans le Saint des Saints, le Nirvana du néant, le Trou Noir de la rentabilité : la Formation Meta.

Le concept est d'une pureté quasi divine. C'est l'Ouroboros du marketing numérique : un serpent magnifique qui se bouffe la queue avec une telle élégance que vous finissez par applaudir pendant qu'il s'étouffe. C'est vendre une formation dont l'unique contenu pédagogique consiste à expliquer comment vendre ladite formation.

Imaginez un instant. Vous n'avez aucune compétence ? Parfait. Vous ne savez rien faire de vos dix doigts à part scroller sur TikTok jusqu'à l'atrophie musculaire ? Merveilleux. Vous êtes le candidat idéal. Car pour vendre la vente, la connaissance est un parasite. Le savoir-faire est une tumeur. Si vous saviez vraiment faire quelque chose — disons, réparer des fuites d'eau ou coder un logiciel — vous perdriez votre temps à **travailler**. Et le travail, mes chers amis, c'est pour les gens qui n'ont pas compris que l'économie moderne est une immense partie de chaises musicales où la musique est remplacée par des bruits de notifications Stripe.

Dans la Formation Meta, on n'apprend pas à pêcher. On n'apprend pas non plus à vendre du poisson. On apprend à vendre une méthode pour vendre des cannes à pêche à des gens qui n'ont jamais vu l'eau, afin qu'ils puissent à leur tour vendre la méthode à des aveugles qui rêvent de sushis. C'est le schéma de Ponzi 2.0, mais avec une police d'écriture sans sérif et des filtres Instagram « Grainy Dream ».

Jean-Pierre, notre cobaye national, a enfin compris le truc. Il a arrêté de vouloir vendre des PDF sur « Comment devenir riche grâce aux escargots de Bourgogne ». C'était trop concret. Trop de risques de questions techniques sur la bave ou le climat. Désormais, Jean-Pierre vend la « Masterclass de l'Éveil de l'Infopreneur Alpha ».

Le programme ?

Module 1 : Pourquoi vous êtes un lion et pourquoi les autres sont des gazelles (spoiler : les lions achètent des formations à 997 €).

Module 2 : Comment copier-coller ma page de vente en changeant juste la couleur du bouton.

Module 3 : Comment ignorer les messages de votre mère qui vous demande quand vous allez « trouver un vrai métier ».

Module 4 : L'art de la vidéo face caméra avec un arrière-plan flou pour cacher que vous vivez toujours dans un studio de 12 mètres carrés à Limoges.

C'est une pyramide, diront les pisse-froids du fisc et les rageux de Twitter. Mais non ! Une pyramide, c'est statique. C'est vieux. C'est égyptien. Nous, nous sommes dans une « structure de croissance exponentielle itérative ». C'est beaucoup plus aérodynamique.

Regardez l'esthétique de cette arnaque. C'est du grand art. Pour que ça marche, il faut créer une religion du vide. Le formateur meta ne vous vend pas un produit, il vous vend un « lifestyle ». Il vous vend la possibilité de devenir, vous aussi, un hologramme de succès. La Formation Meta, c'est l'homéopathie du business : plus on

dilue le contenu original, plus c'est cher, et plus les gens ont l'impression que ça soigne leur pauvreté.

« Mais que contient la formation, concrètement ? » demande l'élève encore un peu trop lucide, celui qui a sans doute lu un livre sans images au cours des cinq dernières années.

La réponse est simple : elle contient la promesse que si tu trouves dix autres idiots pour acheter cette même promesse, tu auras remboursé ton investissement initial. C'est du génie mathématique. C'est le mouvement perpétuel appliqué au portefeuille des gens crédules. On ne vend plus un objet, on vend un droit de passage. On vend une licence de prédation.

Jean-Pierre est désormais un « Business Coach de Business Coachs pour Business Coachs ». Il est au niveau 4 de l'Inception du Grift. Il est tellement loin dans le métaverse de la vente de vent qu'il a lui-même oublié ce qu'était un client final. Pour lui, un client est simplement un futur concurrent qu'il faut armer avec les mêmes scripts de vente défectueux.

Et le pire ? Ça fonctionne. Parce que la solitude est le plus grand marché du XXI^e siècle. On n'achète pas la formation pour le contenu — on sait tous qu'il n'y a rien dedans à part trois citations de Steve Jobs traduites avec Google Traduction et un tutoriel pour utiliser Canva. On l'achète pour appartenir à la meute. Pour pouvoir mettre « Entrepreneur & Mentor » dans sa bio Instagram. Pour avoir le droit de poster des photos de cafés latte avec la légende : « Pendant que vous dormez, mon argent travaille. »

Ce que Jean-Pierre ne dit pas, c'est que son argent ne travaille pas. Son argent fait de la gymnastique rythmique dans les poches de celui qui lui a vendu la formation supérieure, le « Grand Architecte du Vide », celui qui vit à Dubaï et qui loue ses voitures à la demi-heure pour faire des Reels.

L'illumination suprême survient quand vous réalisez que le produit, c'est vous. Mais pas le « vous » talentueux ou travailleur. Le « vous » client. Le « vous » pigeon. Et la Formation Meta vous offre le privilège ultime : celui de passer de l'autre côté de la barrière. De devenir le sculpteur de vent au lieu d'être celui qui s'enrhume.

C'est une chaîne humaine de gens qui se tiennent par la main au-dessus du précipice, en se persuadant mutuellement qu'ils sont en train de voler. « Regarde, Kevin, je plane ! » — « Non, Dylan, tu tombes, mais tu tombes avec un closing à 10 % de commission, c'est ça l'indépendance financière ! »

Alors, mes agneaux, êtes-vous prêts à atteindre le nirvana ? Êtes-vous prêts à dépenser vos derniers deniers pour apprendre à convaincre d'autres gens de dépenser leurs derniers deniers ? C'est le cercle de la vie, version capitalisme de plateforme. C'est beau comme un accident de voiture au ralenti sous un soleil de plomb.

Et n'oubliez pas : si au bout de trois mois vous n'avez rien vendu, c'est que votre « mindset » est pollué. Vous avez des « croyances limitantes ». Comme celle de croire que l'argent doit correspondre à une valeur ajoutée. Quelle idée préhistorique ! Dans le monde Meta, la valeur, c'est l'audace de n'avoir rien à dire et de le dire très fort, en 4K, avec une musique de fond épique.

Jean-Pierre vient d'ailleurs de sortir un nouveau module bonus : « Comment vendre l'idée que vous vendez quelque chose alors que vous êtes en train de vendre le fait que vous allez bientôt vendre un truc. »

C'est le « Coming Soon » éternel. Le teasing du néant.

Prix de lancement : 497 € (au lieu de 4997 €, une affaire, vraiment).

Il ne reste qu'une place. Enfin, une place dans mon cœur et une infinité dans la file d'attente des gens qui ont décidé que la réalité était une option facultative.

Allez, cliquez sur le bouton. Ne réfléchissez pas. La réflexion, c'est une croyance limitante. Le vide vous appelle, et il a un très bon service marketing.

Chapitre 10

L'Urgence Artificielle : Le Compte à Rebours de l'Apocalypse

Écoutez ce silence. Vous l'entendez ? C'est le bruit de votre système nerveux qui se liquéfie devant un chiffre écrit en rouge gras, clignotant avec l'insistance d'une alarme incendie dans un orphelinat. « IL NE RESTE QUE 2 PLACES ».

C'est beau, n'est-ce pas ? C'est pur. C'est du marketing de guerre psychologique, de la poésie binaire injectée directement dans l'amygdale de votre prospect pour lui faire oublier qu'il a un loyer à payer et une dignité à conserver.

Entrons dans les coulisses du miracle. Ce chiffre « 2 » n'est pas une statistique. Ce n'est pas le résultat d'un inventaire réel réalisé par un expert-comptable sérieux portant des lunettes en écaille. Non, ce chiffre est un vestige archéologique. Il a été codé en 2014 par un stagiaire sous-payé dans une cave à Manille, et depuis, il n'a pas bougé d'un iota. Ce « 2 » est plus stable que l'euro, plus résistant que les pyramides de Gizeh, et plus éternel que l'ego de Jean-Pierre.

Le script en question ? Une merveille de minimalisme technologique. Trois lignes de Javascript foireux qui disent, en substance : « Peu importe l'heure, peu importe l'adresse IP, peu importe si le monde est en train de brûler ou si l'humanité a enfin colonisé Mars, affiche systématiquement qu'il reste deux places. » C'est ce qu'on appelle l'Urgence Artificielle Permanente (UAP). C'est le concept de la fin du monde programmée pour dans cinq minutes, mais qui dure depuis une décennie.

Regardez votre prospect. Il arrive sur votre page de vente, l'œil hagard, encore essoufflé par sa navigation sur LinkedIn. Il voit votre promesse de devenir « Millionnaire en slip grâce à l'IA et à la vente de formation sur comment vendre des

formations ». Il hésite. Son cortex préfrontal essaie désespérément d'envoyer un signal de détresse : « Attention, Kevin, c'est peut-être une arnaque, tu n'as même pas de slip de rechange. »

C'est là que le compteur entre en scène.

Tic. Tac.

Le script détecte la présence d'une conscience résiduelle et déclenche l'artillerie lourde. Le chiffre « 2 » se met à clignoter. Une barre de progression rouge sang indique que 98 % des places sont déjà parties. À cet instant précis, Kevin ne voit plus une formation médiocre. Il voit le dernier canot de sauvetage du Titanic. Il voit l'unique exemplaire de la Bible après l'apocalypse. Il voit sa seule chance de ne plus jamais avoir à dire « Bonjour, vous avez la carte de fidélité ? » chez Carrefour.

Nous ne vendons pas un produit, mes amis. Nous vendons une crise de panique. Nous installons chez le client un syndrome de stress post-traumatique par anticipation. Le but est qu'il se réveille à 3 heures du matin, en sueur, avec l'image rémanente de ce « 2 » brûlant ses rétines. S'il n'achète pas maintenant, il sera seul. Il sera le dernier. Il sera celui qui a raté le train du futur pour rester sur le quai du présent avec les perdants qui croient encore à la loi de l'offre et de la demande.

Jean-Pierre appelle ça « La Pression du Vide ». Il explique souvent lors de ses séminaires VIP (où il reste, étrangement, toujours deux places) que le cerveau humain est incapable de gérer la rareté simulée. Si vous dites à quelqu'un qu'il y a des stocks illimités, il réfléchit. Et la réflexion, c'est le cancer de la conversion. La réflexion mène à des questions dangereuses, comme : « Est-ce que j'ai vraiment besoin d'un module bonus sur l'optimisation des chakras par le Bitcoin ? »

Mais si vous lui dites que Jean-Claude de Limoges est en train de consulter la page en même temps que lui et qu'il ne reste qu'un clic avant le néant, Kevin ne réfléchit plus.

Il devient un animal. Un prédateur du bouton « Ajouter au panier ». Il dégaina sa carte Visa avec la rapidité d'un cow-boy sous amphétamines.

L'aspect le plus délicieusement cynique de cette affaire, c'est la longévité du mensonge. Imaginez ce script, ce petit bout de code, qui tourne depuis 2014. Il a survécu à deux élections présidentielles, à une pandémie mondiale, à l'essor et à la chute des NFT, et il est toujours là. « 2 places restantes ». C'est une constante universelle, comme la vitesse de la lumière. Si un jour le script tombait en panne et affichait « Places illimitées », le serveur implorerait sous le poids de la vérité. La vérité est un bug informatique dans le monde de la vente de vide.

Certains esprits chagrins — des gens qu'on appelle « les régulateurs » ou « les personnes ayant une éthique » — pourraient dire que c'est de la publicité mensongère. Quelle étroitesse d'esprit ! Nous ne mentons pas, nous créons une *ambiance*. C'est de la scénographie digitale. Quand vous allez au théâtre, vous ne montez pas sur scène pour crier que le décor est en carton-pâte, n'est-ce pas ? Eh bien, sur ma page de vente, le décor, c'est l'urgence. La rareté est une performance artistique.

Et puis, entre nous, est-ce vraiment notre faute si le prospect est assez stupide pour croire qu'une formation en ligne, composée de fichiers PDF hébergés sur un cloud infini, peut être « en rupture de stock » ? C'est là toute la beauté du geste. Vendre la rareté de l'immatériel. C'est comme vendre des bouteilles d'air pur à des gens qui vivent en haut d'une montagne, en leur disant que s'ils n'achètent pas maintenant, l'oxygène va devenir payant à partir de mardi prochain.

Le « Coming Soon » éternel dont nous parlions au chapitre précédent trouve ici sa conclusion logique. Le prospect est coincé entre le futur qui n'arrive jamais et le présent qui va disparaître dans deux secondes. Il est suspendu dans un état de terreur constante, les doigts tremblants au-dessus de son clavier.

« Dépêchez-vous, le compteur tourne ! » (Il ne tourne pas, c'est une image GIF

animée qui boucle toutes les 3 secondes, mais ne gâchez pas le plaisir).

L'objectif ultime est d'atteindre ce point de rupture psychologique où le client achète non pas parce qu'il veut le produit, mais pour arrêter la douleur du décompte. Il achète le silence. Il achète le droit de ne plus voir cette bannière clignotante qui lui hurle qu'il est en train de rater sa vie.

Une fois la transaction validée, le miracle s'accomplit. Le client reçoit un mail automatique : « Félicitations, vous avez pris l'une des deux dernières places ! » Il se sent spécial. Il se sent comme un survivant. Il fait partie de l'élite des gens qui ont été assez rapides pour se faire plumer avant les autres.

Et que se passe-t-il si, dix minutes plus tard, il rafraîchit la page par erreur ?

Oh, miracle de la technologie moderne : il reste toujours 2 places.

Le script n'a pas de mémoire. Le script n'a pas de remords. Le script est le seul employé honnête de l'entreprise : il fait exactement ce pour quoi il a été payé. Il ment, sans faiblir, 24 heures sur 24, 7 jours sur 7.

Alors, mes chers apprentis sorciers du néant, n'ayez pas peur d'abuser du script. Installez-le partout. Sur vos formations, sur vos coachings, sur vos newsletters, même sur votre profil Tinder si vous voulez créer un sentiment d'exclusivité (quoique, là, le chiffre « 2 » pourrait paraître ambitieux).

Souvenez-vous de la leçon de Jean-Pierre : « La réalité est une construction malléable, surtout quand elle est codée en HTML. » L'urgence est le fouet qui fait avancer le troupeau vers l'abattoir doré du profit. Sans elle, les gens auraient le temps de se poser des questions. Et si les gens se posent des questions, ils finissent par se rendre compte que vous leur vendez du vent en promotion.

Mais heureusement, le temps presse. Regardez bien l'écran.

Oui, là, juste en bas.

Il ne reste que deux places pour finir de lire ce livre.

Si vous ne tournez pas la page immédiatement, elle s'autodétruit et vous resterez coincé pour toujours dans ce chapitre, à contempler le vide de votre propre existence marketing.

Vite.

Le script vous regarde.

Et il n'a pas l'intention de changer de chiffre.

Chapitre 11

Le Support Client : L'IA qui fait 'Ghosting'

Félicitations. Vous avez réussi l'exploit. Le virement est passé. Les octets de votre formation « Devenez Riche en Vendant des Formations sur Comment Devenir Riche » ont migré du cloud vers le disque dur encombré d'un pauvre type qui croit encore que le succès se télécharge en .zip. À cet instant précis, votre client est dans une phase de lune de miel neurochimique. Il est shooté à la dopamine, persuadé qu'il vient d'acheter les clés du royaume alors qu'il a juste loué un emplacement de parking dans le vide.

Mais la biologie est cruelle. La dopamine redescend toujours. Et quand elle redescend, elle laisse place à une entité biologique extrêmement dangereuse pour votre business model : le Remords de l'Acheteur.

C'est le moment où le client ouvre le Module 1 et réalise que la vidéo de bienvenue est un selfie filmé de travers dans un Uber, où vous expliquez que « le plus important, c'est le mindset ». C'est le moment où il commence à chercher frénétiquement le bouton « Remboursement ». C'est ici que votre génie doit briller. Pas par votre empathie, mais par votre capacité à transformer votre service client en un labyrinthe numérique conçu par un architecte sous acide qui aurait oublié de dessiner les sorties.

Bienvenue dans l'ère du Support Client Fantôme.

Le concept est simple : vous allez configurer un chatbot. On ne l'appelle pas « Service Après-Vente », on l'appelle « Assistant de Réussite Holistique ». Pourquoi ? Parce que « Service Après-Vente » implique que vous allez rendre un service, alors qu'« Assistant de Réussite » implique que si le client échoue, c'est de sa faute.

Votre chatbot doit avoir la personnalité d'un moine bouddhiste qui aurait pris trop de Xanax. Il doit être d'un calme olympien, d'une politesse exquise, et d'une inutilité absolue. Et il ne possède qu'une seule munition dans son chargeur logique. Une phrase. Une vérité universelle. Un mantra qui annule toute velléité de contestation bancaire :

****« C'est dans le module 4. »****

Étudions la puissance sémantique de cette sentence. Le client écrit : *« Bonjour, je ne trouve pas la méthode promise pour gagner 10 000 euros par jour sans travailler. »*
Le bot répond : *« Bonjour ! Votre enthousiasme fait plaisir à voir. C'est dans le module 4. »*

Le client cherche. Le module 4 s'intitule : « La Transsubstantiation du Cash : Approche Quantique ». La vidéo dure 3 minutes. C'est juste vous, en train de manger une salade César en silence, avec un sous-titre qui dit : « Le silence est d'or, l'action est de platine. »

Le client revient, légèrement agacé : *« J'ai regardé le module 4, il n'y a rien. Je voudrais être remboursé conformément à votre garantie de 30 jours. »*
Le bot, imperturbable : *« Je comprends parfaitement votre blocage énergétique. Pour débloquer votre plein potentiel et accéder à la procédure de fluidité financière, tout est expliqué dans le module 4. »*

Vous voyez la beauté du cercle vicieux ? C'est le ruban de Moebius de l'escroquerie décontractée. Pour obtenir le remboursement, il faut consulter le module qui explique pourquoi vous ne serez jamais remboursé. C'est de l'art. C'est du Christopher Nolan, mais pour piquer le RSA des gens.

Techniquement, comment configurer cette merveille ? C'est là que le "Ghosting"

devient une science.

L'IA de support ne doit jamais répondre instantanément. La réactivité est le langage des faibles, de ceux qui ont besoin de clients. Vous, vous vendez de l'exclusivité. Votre bot doit simuler une « analyse approfondie du dossier ». Laissez passer 48 heures. Puis, envoyez un mail automatique à 3h14 du matin.

Le contenu du mail ?

« Bonjour, votre demande a bien été prise en compte par notre département de la Satisfaction Suprême. Afin de valider votre identité, merci de nous renvoyer le formulaire de rétractation (disponible en annexe du module 4) dûment complété, signé, et tamponné par un notaire exerçant au Belize. PS : Avez-vous pensé à revoir le module 4 ? La réponse à votre question y est cachée. »

Il n'y a pas d'annexe au module 4. Il n'y a même pas de formulaire. Il n'y a que le vide.

Si le client insiste — et il y a toujours des teignes qui tiennent à leurs 1500 euros, allez savoir pourquoi — il faut passer au stade supérieur : l'Algorithme de l'Épuisement Circulaire. C'est ici que l'IA commence à faire du "Gaslighting".

Le client : *« Il n'y a pas de formulaire dans le module 4 ! Rendez-moi mon argent ! »*

L'IA : *« Il semble que vous fassiez preuve d'une "résistance au succès". C'est un symptôme classique décrit dans le module 4. Nous avons remarqué que vous n'avez visionné la vidéo du module 4 que trois fois. Pour que le système reconnaisse votre demande, le protocole de mindset exige une immersion totale. Revenez vers nous quand vous aurez intégré les enseignements du module 4. »*

À ce stade, 80 % des clients abandonnent. Ils se disent que c'est eux qui sont trop bêtes pour comprendre la subtilité de votre enseignement. Ils finissent par se convaincre que s'ils ne trouvent pas le formulaire, c'est parce qu'ils n'ont pas encore

atteint le niveau de vibration nécessaire. Vous n'avez pas seulement gardé leur argent, vous avez brisé leur volonté. Vous avez fait d'eux des disciples du néant.

Et pour les 20 % restants ? Les acharnés ? Les clients qui menacent d'appeler Julien Courbet ou de poster un avis sur Trustpilot ?

C'est là que l'IA sort sa carte maîtresse : la Compassion Passive-Agressive.

« Nous sommes désolés de voir que vous choisissez la voie de la négativité. Le remboursement est un acte de rupture avec l'abondance. En demandant cet argent, vous envoyez un signal de pauvreté à l'Univers. Cependant, notre politique est claire : pour initier la procédure, merci de vous référer à la section "Éthique et Transparence" située à la 45ème minute du module 4. »

La vidéo du module 4 ne dure que 3 minutes, rappelez-vous. Le client va devenir fou. Il va cliquer partout. Il va scroller. Il va pleurer. Il va finir par envoyer un message d'insultes.

Et là, c'est le jackpot.

L'IA détecte un mot grossier et répond instantanément :

« En raison de votre comportement abusif et contraire à nos conditions générales de bienveillance, votre accès à la plateforme est suspendu définitivement. Votre demande de remboursement est annulée pour non-respect de la charte de respect mutuel. Paix et Lumière. »

Bim. Accès coupé. Argent encaissé. Dossier classé.

Et si quelqu'un vous pose des questions en public, sur Instagram ou LinkedIn, vous n'avez qu'à répondre avec un petit émoji "cœur" et cette phrase magique :

« Tout est une question de perception. La réponse est dans le module 4. »

C'est ça, le support client 2.0. Ce n'est pas de l'assistance, c'est de la sélection naturelle assistée par ordinateur. On ne traite pas les réclamations, on les transmute en leçons de vie. Vous ne volez pas vos clients, vous leur apprenez la résilience. Vous

leur apprenez que dans la vie, les promesses n'engagent que ceux qui ont le temps de chercher le module 4.

Maintenant, passez au chapitre suivant.

Si vous ne le trouvez pas, ne vous inquiétez pas.

Il est probablement... enfin, vous savez où.

Chapitre 12

La Liberté Financière (Depuis le Sous-sol de maman)

Regardez bien cet homme sur votre écran. Il porte des lunettes de soleil à l'intérieur – parce que le futur est « trop brillant », ou plus probablement parce qu'il a une conjonctivite carabinée à force de dormir trois heures par nuit sur un canapé clic-clac qui sent le chien mouillé. Derrière lui, une piscine à débordement scintille sous un soleil de plomb. On entend presque le bruit des vagues et le cri des mouettes. C'est le rêve, n'est-ce pas ? C'est la « Liberté Géographique ».

Sauf qu'en réalité, si la caméra pivotait de trente degrés vers la gauche, vous verriez la vérité. La piscine est un fond vert acheté 12 euros sur Amazon, scotché avec du ruban adhésif de chantier sur une étagère à trophées de judo datant de 2004. Le bruit des vagues ? C'est le cycle d'essorage de la machine à laver de sa mère, une vieille Vedette qui hurle sa douleur à travers la cloison en placo. Et l'odeur de monoï ? C'est juste un désodorisant « Brise de l'Océan » vaporisé frénétiquement pour masquer l'effluve tenace de pâtes au beurre tièdes.

Bienvenue dans l'épicentre de la réussite moderne : le sous-sol parental.

Pour vendre de la liberté financière, il faut d'abord comprendre un concept fondamental que j'appelle la « Transmutation de la Misère en Mindset ». Si vous n'avez pas un rond, ne dites pas que vous êtes pauvre. Dites que vous êtes en « phase d'incubation stratégique avec un overhead minimal ». Si vous vivez chez vos parents à 34 ans, ne parlez pas de parasitisme social. Parlez de « levier logistique intergénérationnel permettant de maximiser le cash-flow réinjectable dans l'acquisition de trafic ».

C'est magnifique, non ? On dirait du McKinsey, mais avec une haleine qui sent le Nesquik.

L'ironie tragique du vendeur de vide, c'est qu'il doit passer 90 % de son temps à expliquer à des gens comment devenir riches pour pouvoir, lui-même, enfin s'acheter un abonnement Netflix sans que le prélèvement ne soit rejeté par une banque dont le nom finit par « Nickel ». Il y a une sorte de pureté christique là-dedans : vous souffrez pour que vos clients puissent rêver. Vous êtes le martyr du Wi-Fi public.

Parlons-en, du Wi-Fi. C'est le tendon d'Achille du magnat du digital en slip. Rien n'est plus humiliant que de couper une Masterclass sur « Comment générer 10k par mois en automatique » parce que votre mère vient de décrocher le téléphone fixe ou, pire, parce que vous avez dépassé votre forfait data de 2 Go et que votre débit est désormais plus lent que l'administration française un vendredi après-midi.

Imaginez la scène. Vous êtes en plein tunnel de vente. Vous avez 150 prospects chauds bouillants dans le chat Zoom. Vous êtes sur le point de révéler « l'algorithme secret de la richesse infinie ». Votre voix est grave, inspirante. Vous dites : « La clé, les amis, ce n'est pas de travailler dur, c'est de laisser l'argent travailler pour... »

Et là, paf. L'image freeze. Votre visage reste bloqué dans une grimace simiesque, la bouche ouverte, l'œil mi-clos. Dans le salon au-dessus, on entend distinctement la voix de maman : « KÉVIN ! T'AS ENCORE BOUFFÉ TOUS LES YAOURTS AUX FRUITS ? ET N'OUBLIE PAS DE SORTIR LA POUBELLE JAUNE, C'EST LE JOUR DES EMBALLAGES ! »

C'est ça, la réalité de l'indépendance géographique : vous pouvez travailler d'où vous voulez, tant que c'est à moins de quatre mètres de la box SFR dont vous avez piraté le code à votre propre famille.

Mais ne vous laissez pas abattre par ces détails matériels. Au contraire, utilisez-les.

Dans le monde de la vente de vide, la vulnérabilité est un produit d'appel. Si on vous surprend à vivre dans un garage, transformez-le en storytelling de garage. « Jeff Bezos a commencé dans un garage. Steve Jobs a commencé dans un garage. Moi, je commence dans la cave de ma mère parce que l'énergie tellurique y est plus propice à la manifestation de l'abondance. »

Si vous ne pouvez pas payer votre facture d'électricité, dites que vous travaillez à la bougie pour « détoxifier votre environnement des ondes électromagnétiques perturbatrices du succès ». Tout est une question de narration. Si vous avez faim, c'est du « jeûne intermittent pour booster la clarté cognitive ». Si vos vêtements sont troués, c'est du « minimalisme extrême pour ne pas gaspiller de charge mentale sur l'apparence ».

Le plus drôle, c'est le moment où vous devez poster votre photo quotidienne sur Instagram pour prouver votre « Lifestyle ». Le shooting photo est une opération militaire de haute précision. Vous sortez de votre antre, vous marchez trois kilomètres pour atteindre le quartier chic de la ville. Vous repérez une Mercedes garée qui n'est pas la vôtre. Vous vous appuyez nonchalamment contre l'aile – en vérifiant que le propriétaire n'est pas en train de charger ses courses – et vous dégainez votre iPhone (dont l'écran est plus brisé que vos espoirs de retraite).

Clic. Légende : « La liberté n'est pas un luxe, c'est un choix. EntrepreneurLife LuxuryMindset PassiveIncome ».

Puis vous repartez en bus, parce que vous n'avez plus de ticket et que vous espérez que les contrôleurs seront occupés à verbaliser un mec qui fait du skate. De retour au sous-sol, vous passez la soirée à répondre à des commentaires d'étudiants en quête de sens qui vous demandent : « Coach, comment je fais pour quitter mon job de serveur et devenir libre comme toi ? »

Et là, vous tapez la réponse avec vos doigts tout gras de chips premier prix : « C'est

simple, rejoins ma formation "Empire Digital" pour seulement 497€ (payable en 4 fois avec frais). La liberté commence quand tu arrêtes d'avoir peur de l'investissement. »

Techniquement, vous ne mentez pas. Si dix de ces pauvres hères achètent votre formation, vous pourrez enfin payer votre facture de téléphone et, qui sait, peut-être même vous offrir un abonnement premium à l'application de méditation qui vous aide à ne pas hurler de rire devant le miroir chaque matin.

C'est le cercle vertueux du néant. Vous vendez l'espoir de ne plus être là où vous êtes, à des gens qui sont exactement là où vous êtes, en utilisant l'argent qu'ils n'ont pas pour financer votre fuite vers un endroit où vous ne serez toujours personne, mais avec une meilleure connexion internet.

La liberté financière, depuis le sous-sol de maman, c'est cet équilibre précaire entre le génie marketing et l'indigence totale. C'est savoir maintenir une illusion de grandeur alors que votre plus grande victoire de la semaine a été de trouver un coupon de réduction pour du jambon déclassé.

Et si jamais un client un peu trop lucide vous demande : « Mais si ça marche si bien, pourquoi tu ne montres jamais ta maison ? Pourquoi tes vidéos sont toujours cadrées de si près qu'on dirait que tu es dans un cercueil ? »

Vous n'avez qu'à sourire, ce petit sourire mystérieux de celui qui en sait trop, et répondre : « Je pratique la discrétion stratégique. Les vrais riches ne montrent pas leur intérieur, ils protègent leur énergie. La réponse est dans le module 6 : "L'art de l'invisibilité matérielle". »

Puis, coupez la caméra. Éteignez la lumière. Et remontez discrètement à la cuisine pour voir s'il reste une tranche de jambon. Après tout, même les empereurs du digital ont besoin de protéines pour conquérir le monde entre deux lessives.

FIN

Merci d'avoir lu "Vendre l'envie de vendre du vide"

Une œuvre écrite par Dr. Sarcasme

[Lire la version interactive et commenter](#)

[Découvrir les autres œuvres de l'auteur](#)