

Regrouper les passionnés : une idée lucrative sur Internet

Internet est devenu un média si répandu que presque tous les centres d'intérêt qui existent y ont leur place. Les forums, groupes de discussion et autres tchats ont déjà depuis longtemps servi les passions de bon nombre d'internautes. Et aujourd'hui, les réseaux sociaux amplifient encore le phénomène à un degré supérieur.

« Servez aussi votre passion »

Les entrepreneurs peuvent toujours être attirés d'oeuvrer là où il y a le plus de monde. Bien sûr, plus de monde veut dire plus de prospects, plus de clients et plus de profits. Mais oeuvrer uniquement pour les profits rend la chose difficile, nullement amusante et donc rapidement fatigante.

Il est beaucoup plus conseillé de chercher des personnes qui ont le même centre d'intérêt que soi. Vous êtes écrivain débutant ? trouvez les autres écrivains débutants. Vous êtes passionné de retro gaming ? trouvez ceux qui jouent dans les greniers comme vous. Il sera plus facile pour vous de les trouver, de les approcher et de les regrouper.

Internet est peut-être un milieu virtuel, mais les communautés qui y sont présentes sont tout sauf irréelles ! Le premier objectif de l'entrepreneur c'est de bâtir cette communauté, la faire vivre, la faire croître. Il faut que cette communauté soit active, croissante. Les échanges doivent être omniprésents.

Le second objectif de l'internaute c'est de cerner les besoins, les envies et les désirs des membres de sa communauté. En même temps, il doit instaurer la relation de confiance entre lui et les autres membres. Il doit apparaître comme une personne à l'écoute. Quelqu'un qui fait des efforts pour aider les autres.

Si ces 2 premières phases sont bien exécutées, la dernière phase est très facile et se déroule tout naturellement. Cette phase consiste pour l'entrepreneur à générer de l'argent en répondant aux besoins, envies et désirs des membres de la communauté.

L'entrepreneur peut proposer un produit ou un service. Ou il peut aussi être un intermédiaire qui recommande des produits ou des services d'autres entrepreneurs à sa communauté. Le point crucial à ne surtout pas négliger à cette étape c'est que le produit ou le service ne doit pas décevoir ses utilisateurs.

About the Author

Nary Andrian est entrepreneur, webmarketeur et auteur. Il est l'auteur du livre « J'ai cherché de l'or sur Internet », disponible sur [cette page](#).