



AGISSEZ

PROFESSIONNELLEMENT

DANS VOS TRANSACTIONS

Par

SYLVIE

LAFLAMME



AVIS

**Cette publication est pour votre information seulement.
L'auteure ou ses revendeurs ne sauraient être tenus
responsables des résultats que vous obtiendrez en utilisant ce
matériel.**

*Tous les liens présents dans ce document étaient valides au moment de publier
ce livre. Parce qu'Internet change tous les jours, nous ne pouvons garantir qu'ils
sont encore actifs au moment où vous lisez ces lignes.*

Note : Ce document est un livre électronique gratuit !

Vous n'avez pas le droit de modifier le contenu de ce livre électronique de n'importe
quelle manière que ce soit.

TOUS DROITS RÉSERVÉS.

Copyright © 2010 <http://www.pretavendre.com>

Sylvie Laflamme. Créatrices Web et pretavendre.com

Graphisme de la couverture virtuelle : Julie Fortin

Toute reproduction de ce document est strictement interdite et punissable par la loi.
Vous avez le droit de distribuer ce document gratuitement.

ISBN – 978-2-923592-58-9

Dépôt légal - Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2010

Dépôt légal - Bibliothèque et Archives Canada, 2010

Ce rapport vous est offert gratuitement. Pour vous procurer d'autres de nos titres, visitez le site de la personne qui vous l'a offert :

<http://www.virtuelexpress.com>

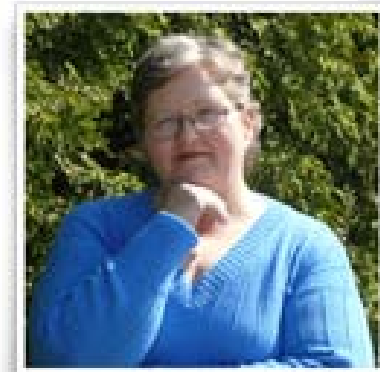
Table des matières

Introduction.....	5
Entrepreneute professionnel ou pas ?.....	7
Client valable ou pas ?.....	9
Remboursement obligatoire ou pas ?.....	12
La liste noire.....	13
La date de naissance d'un nom de domaine.....	16
Whois Record.....	17
Suggestions pour remplacer le remboursement.....	19
La vérification des témoignages.....	20
L'analyse des arguments de vente et des pièces justificatives	21
Le compte Paypal	22
Conclusion.....	23

Introduction

Le monde des affaires s'ajuste aux nouvelles technologies et plusieurs groupes se créent ou se répètent sur le web.

Pensons aux entrepreneurs qui deviennent des entrepreneutes (mariage des mots « entrepreneurs » et « internautes ») et aux formateurs qui deviennent des infopreneurs.



Cependant, un groupe ne change pas : *les clients*.

Les clients ne changent pas, ils conservent les mêmes comportements, que ce soit en ligne ou hors ligne. Certains deviennent des clients privilégiés et d'autres se retrouvent inmanquablement sur la liste « noire » des entrepreneutes.

Souvent nous pouvons lire la frustration d'un côté ou de l'autre. Soit le commerçant ne respecte pas ses promesses, soit le client agit abusivement en demandant le remboursement alors que le produit correspond parfaitement à l'offre faite par le vendeur.

Dans le « vrai » monde, ce genre de clients est moins fréquent vu le nombre limité de clients potentiels à cause des distances physiques à couvrir. Mais sur le web, les personnes abusives peuvent se balader partout, chez tous les marchands en ligne, peu importe leur lieu d'origine.

Dans la réalité, le commerçant dont la boutique est située dans un village en France ne sera pas indisposé par une personne abusive provenant d'un autre pays, d'un autre continent. Ce qui fait que les lois sont précises et régissent les transactions du pays concerné.

Par contre, sur le web il est plus compliqué d'établir des lois pour protéger autant le client que le marchand. C'est la raison pour laquelle les personnes de mauvaise foi ont plus de facilité à « pratiquer leur art » qui consiste à abuser des autres.

Les commerçants de mauvaise foi ne sont pas réellement des commerçants. Ils sont des fraudeurs qui s'affichent comme commerçants afin d'établir un sentiment de confiance avec leurs victimes dans le but de leur soutirer leur argent.

Un entrepreneur de bonne foi peut, comme n'importe qui d'autre, avoir ses mauvais jours. Il suffit de se rappeler que la plupart des entrepreneurs sont des travailleurs autonomes, qui gèrent leur entreprise de leur maison et qui ont choisi ce mode de vie afin d'avoir plus de temps avec leur famille ou juste pour améliorer leurs conditions de vie.

Les clients qui s'attendent à un support client immédiat seront déçus et devront faire preuve de compréhension. Sauront-ils en avoir?

Regardons d'un peu plus près diverses situations pouvant se produire et qui gagneraient à être mieux comprises pour qu'elles ne se répètent pas.

Bonne lecture.

Sylvie

Entreprenaute professionnel ou pas ?

Dans le monde hors ligne, un entrepreneur qui manque de professionnalisme finit par perdre sa crédibilité ou alors il use de beaucoup d'influence dans la société. Ses actes finissent par affecter son commerce s'il ne parvient pas à s'entourer de personnes fortes pour le supporter. Si sa clientèle est locale, il aura vite fait le tour et ses tentacules cesseront de faire des victimes assez vite.

Sur le web, l'entreprenaute est souvent seul, isolé et inconnu. Il construit sa façade en présentant un ou plusieurs sites web offrant des produits ou services dont les internautes sont friands. L'entreprenaute malhonnête fait des promesses qu'il n'a pas l'intention de tenir et il utilise un système de paiement qui complique souvent les demandes de remboursement.

Il se fait connaître par ses messages sur les forums, ses commentaires positifs, ses témoignages qui vont tous présenter son ou ses sites. Il parviendra même à se faire reconnaître comme spécialiste dans un domaine où souvent il n'en sait pas plus que son voisin. Le problème avec ce genre de personnes est que ceux qui sont vraiment des professionnels dans ce domaine n'ont que faire de ces individus.

Dans le monde physique, il y a des règles, des associations, des professions reconnues, mais dans le monde virtuel tout est encore à établir. Les associations sont régionales ou nationales et ne se sentent pas visées par les actes et les promesses faites par des amateurs. Personne ne se sent concerné et personne ne portera plainte. De toutes manières... à qui porter plainte ?

Les internautes doivent faire leur part pour éviter de se faire piéger par ces amateurs qui se pensent des maîtres dans le domaine où ils s'affichent.

Avec les premières lois qui protègent les informations personnelles, pas question de mettre en ligne un site où on publie les coordonnées des personnes fautives. Que ce soient les vendeurs ou les clients, tant que la culpabilité n'est pas légalement établie, il n'est pas autorisé de porter publiquement des accusations sans risque de poursuites.

Pour des accusations justifiées, ce serait très pratique, mais vraiment terrible pour ceux qui auront été injustement accusés.

Il faut trouver d'autres moyens de découvrir les bons et moins bons entrepreneurs. Voici quelques points rapides et faciles à vérifier.

La date de « naissance » du nom de domaine

L'identité et l'adresse du propriétaire

La vérification des témoignages

L'analyse des arguments de vente et des pièces justificatives

Le compte Paypal

Les coordonnées du vendeur sur le détail de la transaction

Le système de support-client

Nous verrons comment étudier ces points dans les prochaines pages. Ce sont des vérifications de base, si elles ne sont pas faites, le client doit assumer une bonne part des frustrations d'avoir été floué puisqu'il ne s'est pas aidé lui-même.

Client valable ou pas ?

Du côté du commerçant hors ligne, quand un client tente d'abuser, il y a toujours possibilité de porter plainte. Au Québec il y a la Cour des petites créances, mais il peut aussi y avoir entente à l'amiable. Il est difficile de se retrouver face à face avec quelqu'un à qui nous avons fait du tort par le passé, sans être mal à l'aise.

Sur le web il en est tout autrement.

Les possibilités de rencontrer face à face les personnes qui nous ont fait du tort ou à qui nous avons pu en faire, volontairement ou non, sont très rares. L'inconfort de la situation ne se produira probablement jamais d'où le fort taux de personnes mal intentionnées qui sévissent en ligne.

Comment définir si le client est un bon client ou un individu à problème ?

Excepté s'il y a des traces du client à problème dans les dossiers de l'entrepreneuse, l'individu répréhensible pourra recommencer constamment et presque indéfiniment.

Que fait un client indésirable ?

- Il commande puis demande le remboursement de manière injustifiée.
- Il ne contacte pas l'entrepreneuse pour tenter de régler la situation problématique et il va se plaindre sur un ou plusieurs forums
- Il tente de profiter de tous les prix spéciaux et ne fait pratiquement rien avec ce qu'il achète
- Il partage ses codes d'accès aux sites à abonnement dont il est membre

- Il fait des copies des livres électroniques pour ses amis et va même jusqu'à les placer sur des torrents pour du téléchargement illégal en P2P
- Il profite d'un lien, affichant le code affilié de la personne qui lui a fait connaître un produit intéressant, pour changer le code par le sien et ainsi récupérer les commissions sur ses propres achats
- Il utilise le support client pour tenter d'obtenir de la formation gratuite et il prolonge inutilement les échanges en causant de tout et de rien avec la personne représentant l'entreprise.
- Il cherche constamment à recevoir sans rien donner en retour.

Ce genre de client, même s'il est souvent très gentil et très poli, devient une vraie plaie pour l'entrepreneute.

Il faut comprendre que le temps de l'entrepreneute n'est pas illimité et qu'avec le web il y a des dizaines, des centaines voire même des milliers d'internautes qui transigent avec lui.

Le support client est un service pour répondre aux demandes spéciales, aux problèmes rencontrés par les clients. Ce n'est pas un lieu d'échange amical ou de formation gratuite.

Il y a des manières d'utiliser un support client qui ne donneront pas de bons résultats et d'autres qui permettront de solutionner presque tous les problèmes sans heurt.

Pour ne pas obtenir satisfaction il suffit d'être grossier, imprécis, accusateur et d'écrire de manière à ce que le message soit incompréhensible ou presque. Ensuite, vous vous assurez de donner une adresse courriel qui n'est pas bonne afin que les réponses ne se rendent jamais à vous.

Mais pour obtenir un bon service du support client, c'est encore plus facile.

Faites preuve de compréhension. Vous rencontrez un problème, mais peut-être que ce problème n'est pas la faute de l'entrepreneuse. Particulièrement si le problème provient d'une panne du serveur web qui héberge son site ou d'une mise à jour d'un script qui a détérioré le site.

Vous n'êtes pas le seul, donnez des informations précises. Quand vous demandez de l'aide du support client assurez-vous d'inscrire votre nom au complet et les informations pertinentes à propos de la transaction et du paiement (nom sur le compte Paypal ou autre plateforme de paiement, date du paiement, montant, numéro de confirmation du paiement fourni par Paypal ou la plateforme de paiement, raison du paiement, site web associé au paiement).

Expliquez-vous clairement. Bien que vos émotions soient fortes, prenez le temps de vous calmer et décrivez, avec le plus de détails possible, les raisons de votre déception ou de votre mécontentement. Choisissez des mots qui n'expriment pas des émotions mais qui valident votre argumentation.

Par exemple : au lieu d'écrire : « Votre entreprise exploite les internautes trop confiants. Je me suis fait exploiter et j'exige que vous me remboursiez », vous pourriez écrire « Les détails de l'offre faite par votre entreprise sur la page web suivante : (vous donnez l'adresse exacte et complète), ne correspondent pas à ce que j'ai reçu après avoir fait l'achat. N'étant plus intéressé à continuer cette transaction, je vous demande de bien vouloir respecter la clause de remboursement telle que décrite sur votre page citée plus haut. »

Remboursement obligatoire ou pas ?

Présentement, il n'existe aucune loi obligeant un entrepreneur à rembourser un client si la transaction a eu lieu avec l'approbation du client.

Dans certains pays, des particularités peuvent s'appliquer, mais elles ne sont pas internationales. Un jour les pays se regrouperont pour harmoniser leurs législations, mais pour l'instant il faut s'en tenir à ce qui est écrit dans l'offre de vente.

L'entrepreneur qui offre un produit en cas d'insatisfaction du client pour compenser le désagrément, n'est pas tenu de rembourser mais doit s'assurer de fournir le produit promis.

Lorsqu'une promesse de remboursement est inscrite, elle est obligatoire.

Avant de demander un remboursement, le client doit s'assurer qu'une telle possibilité est offerte. Il ne sert à rien de porter plainte si l'offre n'incluait pas de remboursement possible.

L'entreprise qui n'offre pas de remboursement n'est pas fautive pour autant. Il peut s'agir de produits dont le retour est impossible. Il est difficile également de retourner une formation reçue.

Lorsqu'il est possible de retourner le produit, la demande de remboursement est justifiée même si elle n'est pas indiquée sur le site web. Assurez-vous cependant d'obtenir l'autorisation de retourner le produit. Souvent les entreprises vont fournir un code d'autorisation qui devra être inclus dans le colis pour garantir le remboursement. Sans ce code, votre produit ne vous sera pas crédité.

La liste noire

Comme l'entrepreneute est mal protégé contre les fraudeurs, plusieurs se partagent les informations à propos des clients difficiles ou indésirables.

De plus en plus de scripts de gestion de sites web permettent d'exclure certaines adresses I.P. identifiant des secteurs de la planète d'où proviennent le plus grand nombre de transactions frauduleuses ou problématiques.

Une liste existe, même si officiellement personne n'en a entendu parler. Sur cette liste il y a les coordonnées des clients indésirables et des entrepreneutes qui font mal leur travail en ligne.

Bien entendu, les demandes de remboursement qui sont justifiées et qui n'ont rencontré aucune opposition de part et d'autre, ne sont pas prises en compte quand vient le temps d'inscrire un nom sur cette liste.

Mais lorsque les demandes de remboursement sont pratiquement chroniques chez certains individus, leur nom est inmanquablement inscrit et les entrepreneutes qui ont la possibilité d'en prendre connaissance refuseront de faire des affaires avec ces clients potentiels.

Il n'est pas bon d'être inscrit sur cette liste, car l'inscription est pratiquement indélébile. Pourquoi se nuire à long terme simplement parce qu'on a voulu profiter de la crédulité d'un entrepreneute qui a cru à votre sincérité quand vous avez commandé son produit ou service ?

Que vous ne soyez pas satisfait une fois, ça peut se comprendre, deux fois avec le même entrepreneur mais pour un autre produit, ça devient intrigant, mais si vous commandez une troisième fois chez cet entrepreneur et demandez de nouveau le remboursement, vous serez certainement considéré « persona non grata » (personne indésirable).

Si vous avez commandé avec les meilleures intentions du monde mais que vous n'êtes toujours pas satisfait, avant de placer de nouveau une commande chez ce marchand en ligne, communiquez avec lui pour vous faire confirmer que vos attentes seront vraiment comblées par ce nouveau produit ou service.

Ne faites pas de transaction si vous n'êtes pas certain que le produit ou service corresponde vraiment à vos attentes.

Plus vous faites de demandes de remboursements via Paypal et plus votre évaluation sera négative chez cette entreprise aussi. Plusieurs ont perdu leur compte Paypal avec de telles pratiques.

Regardons maintenant comment vérifier le sérieux d'une offre en ligne. Nous avons déjà parlé de :

- La date de « naissance » du nom de domaine
- L'identité et l'adresse du propriétaire
- La vérification des témoignages
- L'analyse des arguments de vente et des pièces justificatives
- Le compte Paypal
- Les coordonnées du vendeur sur le détail de la transaction
- Le système de support-client

Mais j'ajouterai aussi qu'il existe des services de vérification de crédibilité. Majoritairement anglophones, il en existe un qui est basé sur des vérifications très détaillées et qui ont été analysées par un spécialiste en droit du Québec afin que la certification soit solide. Il s'agit de [Site Certifié](#).

Même il existe d'autres services du genre, j'ai préféré celui-ci après avoir étudié minutieusement le détail des démarches de vérification. Au moment d'écrire ces lignes, mon site ne porte pas le logo simplement parce qu'il lui manque un document. Un seul et il n'est pas certifié! Ce n'est qu'une question de jours avant que le tout rentre dans l'ordre, mais même si je suis très connue sur le web et que notre entreprise est sans tache, il m'est impossible d'obtenir la certification tant et aussi longtemps que le site ne répondra pas parfaitement aux exigences affichées sur [Site Certifié](#).

C'est du sérieux et ce n'est pas gratuit. Il faut déboursier, bien sûr, mais il faut aussi corriger notre site web afin qu'il réponde **TOTALEMENT** aux normes exigées par l'entreprise qui offre ce service de certification de site. D'autres, offrant ce genre de logo de certification, n'ont pas autant d'exigences et j'en ai même rencontré qui ne font **AUCUNE** vérification. Il suffit de payer pour recevoir le sceau de certification. C'est pourquoi j'ai insisté pour vous présenter cette entreprise car, même si mes sites passent souvent par la « porte arrière », avec eux, pas question! Je dois me conformer aux exigences de la certification.

Si vous rencontrez le sceau de cette entreprise sur un site transactionnel, vous saurez que les personnes qui gèrent ce site sont sérieuses et répondent à des critères sévères. Portez attention au nom car parfois des synonymes sont utilisés dans les noms de domaine de la compétition pour brouiller un peu l'esprit du client potentiel.

La date de naissance d'un nom de domaine

Lorsqu'une offre est faite avec des preuves de captures d'écran de transactions importantes, il faut absolument vérifier la date de naissance du nom de domaine. Si l'offre est pour un produit ou formation appuyée de captures d'écran pour vous convaincre des revenus générés par son utilisation, regardez bien les détails de ces « preuves ». Souvent les arnaqueurs achètent leur nom de domaine dans les dernières semaines avant le lancement. Souvent même le nom de domaine n'a que quelques jours d'âge.

Pour trouver cette information il faut faire une recherche « whois ».

Votre registraire (vendeur de nom de domaine) peut offrir une application en ligne vous permettant de vérifier ces informations. Parfois il faudra vous rendre sur le site du vendeur du nom de domaine à analyser.

Souvent il y a un lien « whois » sur le site web du vendeur du nom de domaine. Mais comment connaître ce vendeur ? Il faut faire une première recherche « whois » générale. Voici un lien où trouver plusieurs outils de recherche « whois ».

[Whois Tools](#)

N'inscrivez pas le « http://www. » dans la recherche. Le nom de domaine ne contient pas ces lettres. Elles ne servent que dans une adresse ULR.

Ensuite vous verrez les informations suivantes :

Pour le domaine microsoft.com voici le résultat des recherches Whois :

(je colore en rouge les lignes à étudier de près)

Whois Record

Related Domains For Sale or At Auction

[MicrosoftSharePointTraining.com](#) (\$700) [YourMicrosoftLender.com](#) (Bid)

[FtpMicrosoft.com](#) (Bid) [MicrosoftPartner.net](#) (\$500)

[1 More >](#)

Reverse Whois:

"Microsoft Corporation" owns about 34,521 other domains (indique le nombre de domaines appartenant au même propriétaire)

Email Search:

[domains@microsoft.com](#) is associated with about **32,826 domains**

[msnhst@microsoft.com](#) is associated with about **32,295 domains**

Registrar History:

[3 registrars](#)

IP History:

123 changes on 28 unique name servers over 6 years. (Indique le nombre de fois que le domaine a été déménagé de serveurs sur une certaine période)

Whois History:

[2,798 records](#) have been archived since 2001-12-19 .

Reverse IP:

[6 other sites](#) hosted on this server.



[Log In](#) or [Create a FREE account](#) to start monitoring this domain name

DomainTools for Windows®

Now you can access domain ownership records anytime, anywhere... **right from your own desktop!** [Download Now>](#) ***** fonctionne superbement bien avec Firefox ***** Cliquez sur le lien pour télécharger l'application vous permettant de voir les informations Whois directement de votre navigateur sans chercher l'adresse de l'outil.

Domain Name..... microsoft.com

Creation Date..... 1991-05-02

Registration Date.... 2009-10-06

Expiry Date..... 2015-05-04

Organisation Name.... Microsoft Corporation

Organisation Address. One Microsoft Way

Organisation Address.

Organisation Address. Redmond

Organisation Address. 98052

Organisation Address. WA

Organisation Address. UNITED STATES

Admin Name..... Administrator .

Admin Address..... One Microsoft Way
Admin Address.....
Admin Address..... Redmond
Admin Address..... 98052
Admin Address..... WA
Admin Address..... UNITED STATES
Admin Email..... domains@microsoft.com
Admin Phone..... +1.4258828080 +1.4258828080
Admin Fax.....

Tech Name..... Hostmaster .
Tech Address..... One Microsoft Way
Tech Address.....
Tech Address..... Redmond
Tech Address..... 98052
Tech Address..... WA
Tech Address..... UNITED STATES
Tech Email..... msnhst@microsoft.com
Tech Phone..... +1.4258828080 +1.4258828080
Tech Fax.....
Name Server..... NS2.MSFT.NET
Name Server..... NS4.MSFT.NET
Name Server..... NS1.MSFT.NET
Name Server..... NS5.MSFT.NET
Name Server..... NS3.MSFT.NET

Dans cette liste nous avons plusieurs informations. La plus pertinente est la date de création du nom de domaine ainsi que les coordonnées du propriétaire.

Si vous constatez que la date est très proche de la journée où vous désirez effectuer la transaction, sachez que le site est très jeune et n'a probablement pas généré les revenus affichés.

Si les coordonnées du propriétaire sont absentes, faites attention !

Assurez-vous d'avoir aussi une adresse courriel pour rejoindre quelqu'un en cas de problème.

Suggestions pour remplacer le remboursement

Parce que l'entrepreneute gagne sa vie à travailler en ligne, il ne peut se permettre de transiger avec des clients abusifs.

Il existe quelques bonnes idées pour compenser un client mécontent et s'éviter les clients indésirables. En voici une liste partielle :

- Offrir un produit de valeur supérieure pour compenser le désagrément ou l'insatisfaction, une sorte de « cadeau de départ ».
- Conserver un certain pourcentage pour couvrir les frais de gestion de l'ouverture et de la fermeture du dossier et les démarches de remboursement. J'ai déjà vu des frais de 50%. C'est très dissuasif.
- Utiliser une plateforme qui prend les cartes de crédit au lieu de Paypal qui est trop souple dans les demandes de remboursement. Une plateforme de cartes de crédit sera plus sérieuse au moment de vérifier les raisons de la demande de remboursement.
- Offrir un mois supplémentaire sans frais ou un autre produit en supplément.
- Demander au client de vous aider à améliorer le produit afin qu'il corresponde vraiment à la description sur l'offre de vente.

Il y aurait encore plusieurs autres excellentes idées, mais je préfère laisser chacun être créatif.

La vérification des témoignages

Certains sites affichent des témoignages en quantité industrielle mais ces témoignages ne comportent pas de noms de signataires ni aucune autre information permettant de les valider.

Évitez de donner du crédit à un témoignage non signé.

Un entrepreneur DOIT conserver en dossier une copie complète de chaque témoignage qu'il affiche sur son site.

Un truc tout simple est de faire une recherche sur Google avec le nom des signataires, le nom du fichier de la photo, les premiers mots du témoignage. Si vous retrouvez le même témoignage sur plus d'un site, n'accordez pas automatiquement votre confiance dans ce témoignage.

Parfois il s'agira d'un témoignage qui parle de la grande crédibilité du propriétaire du site, mais parfois il concernera le produit offert.

Un témoignage ne devrait servir que sur un seul site sauf s'il s'agit d'accentuer la réputation irréprochable du propriétaire du site. Si le témoignage contient un lien, faites aussi une recherche sur la date de naissance du domaine ainsi que son propriétaire. Il est trop facile de créer de faux témoignages.

L'analyse des arguments de vente et des pièces justificatives

Prenez le temps de lire attentivement toute la lettre de vente. Vérifiez tout ce qui peut l'être.

Si une période de temps est indiquée, vérifiez-la. Si des captures d'écran de revenus sont affichées, regardez-les attentivement pour vous assurer qu'elles correspondent bel et bien aux périodes couvertes depuis la naissance du nom de domaine.

Sinon il s'agit de captures d'écran pour quelque chose d'autre.

Si le vendeur vous parle de sa grande expérience dans le domaine, cherchez sur le web avec son nom au complet. Vérifiez ce qu'il s'en dit. Combien de sites parlent de lui, à qui appartiennent ces sites.

Si la lettre de vente vous parle surtout de ce que VOUS y gagnerez, sans trop détailler la raison pour laquelle ce produit est de qualité (expériences du créateur, valeur réelle, etc.) sachez que vous n'aurez pas de recours car rien ni personne ne peut évaluer à votre place, le temps, le travail, la pertinence de vos efforts pour atteindre ces résultats.

C'est un truc bien connu chez les publicistes qu'il est profitable de travailler un texte de vente selon les attentes et désirs profonds du client ciblé.

Le compte Paypal

Si possible, vérifiez le compte Paypal associé au bouton d'achat sur la lettre de vente.

Portez attention au nom rattaché au compte, les informations pour contacter le répondant de ce compte ainsi que la description du produit.

Il peut arriver que le nom ne corresponde pas. En cas de litige il sera difficile d'associer la responsabilité et la personne responsable sauf si vous pouvez démontrer qu'il s'agit d'un collaborateur dans l'entreprise.

Prenez en note les coordonnées pour contacter le vendeur au besoin. Parfois il n'offre pas de support client pour correspondre avec lui. Ayez donc une 2^e adresse courriel en plus de l'adresse Paypal car rares sont ceux qui prennent le temps de consulter les courriels envoyés à l'adresse de leur compte Paypal.

Est-ce que le produit que vous désirez acheter est bien détaillé dans la page de paiement Paypal ? Si non, communiquez avec le vendeur afin de vous assurer que le paiement sera bel et bien associé au produit désiré. Vous pouvez aussi lui demander de refaire son bouton d'achat pour représenter le produit ou service qui sera couvert par le paiement.

Conclusion

Le monde des affaires en ligne est encore fragile même si de très grosses fortunes s'y sont créées, surtout pour le marché francophone. Il faut se soutenir au lieu de tenter de profiter des occasions trop belles pour être vraies.

L'internaute qui a de mauvaises intentions ne fait que se nuire en bout de ligne. Car l'entrepreneute qui aurait pu gagner sa vie en vendant honnêtement ses produits, quittera s'il est copié, fraudé etc.

Une fois parti, qui prendra sa place ? Qui vous préparera ce cours ou ce produit dont vous rêvez ?

Les entrepreneutes de bonne volonté sont très nombreux. Concentrez-vous sur eux et ne portez plus attention à ceux qui vous promettent mers et mondes à des prix ridicules ou dans un temps record. Il est faux de croire qu'une personne sans connaissances ni expérience particulière saura gagner une fortune en quelques semaines sur le web.

Ceux qui y parviennent oublient de vous dire qu'ils ont travaillé comme des fous pour apprendre comment faire les choses plus rapidement. Ils ont mis des années à se faire connaître et reconnaître. Ils ont accumulé des tas de produits, de scripts, de contacts, d'inscrits à leur liste.

Ne vous fiez pas au visuel d'un site web pour croire que le vendeur est un pro. On peut se payer un graphiste professionnel pour quelques dizaines d'euros de nos jours. D'ailleurs, les plus grands noms anglophones ont des sites qui ressemblent beaucoup plus à une simple page web qui aurait pu être faite par un amateur. Ils n'utilisent pas de graphiques criards, de voitures de luxe et de montagnes de billets de banque pour transmettre le sentiment de prospérité.

Ne vous amusez pas à acheter dans le but de demander le remboursement avant la fin du mois. Au départ vous aurez l'impression d'être le gagnant, mais quand votre nom sera sur la liste noire, vous serez le plus grand perdant.

En plus de ne plus pouvoir acheter les produits que vous auriez vraiment voulu commander, votre réputation sera définitivement entachée. L'entrepreneute peut, en tout temps, déposer une plainte à votre sujet chez Paypal qui décidera probablement de fermer votre compte définitivement par la suite. Est-ce que le jeu en vaut vraiment le prix ?

Les « spécialistes du remboursement » sont la plaie du marketing en ligne. N'en faites pas partie....

Sylvie Laflamme