1 – le discours du projet

Un projet qui vend du rêve ou une perspective de rendement. Un projet qui se dit le projet de l’année, n’est pas valable. Un projet dont vous ne comprenez pas de quoi il s’agit, n’est pas valable.

Attention aux buzz Word. Quelqu’un qui à un vrai projet viable vulgarise son discours pour que tout le monde comprenne.

2 – l’analyse des supports

Le site internet, le white paper, la team(profils), l’immatriculation, le programme d’affiliation (referal programs).

3 – Qui est-ce qui en parle

Faites attention à la véracité des propos de ceux qui en parlent et leurs expériences, voir leurs abonnés.

4 – le MLM (le marketing de réseau)

Le mlm est très très mal vu dans le monde de la finance et de la crypto monnaie

5 – La méthode de prospection

Si le projet est venu à vous sans que vous ayez à chercher des renseignements. Sachez qu’aucun CEO n’a le temps de contacter tout le monde sur les réseaux sociaux ou par mail pour parler de son projet.