

# Comment Trouver Une Idée qui

# **CARTONNE !**



Le Secret de ceux qui  
ont fait Fortune avec  
**L'IDÉE DU SIÈCLE**

**JACQUES CORDEL**

**Jacques Cordel**

**Comment Trouver  
Une Idée qui  
CARTONNE !**

Le secret de ceux qui ont fait fortune  
avec L'IDÉE DU SIÈCLE

[www.12-minutes.net](http://www.12-minutes.net)

**Avertissement :**

L'auteur ne saurait être tenu responsable de la mauvaise utilisation ou compréhension du contenu de ce livre. Les informations qu'il contient ne sauraient constituer une garantie de réussite professionnelle ou personnelle.

Copyright © Jacques Cordel – Juillet 2015

Tous droits réservés

Couverture : Cordel

## **Table des matières**

[Introduction](#)

[CHAPITRE 1](#)

[Pourquoi ça n'arrive qu'aux autres ?](#)

[CHAPITRE 2](#)

[4 principes secrets pour trouver une idée qui rapporte gros](#)

[CHAPITRE 3](#)

[Creusez là où personne ne creuse jamais...](#)

[CHAPITRE 4](#)

[La question magique des milliardaires](#)

[CHAPITRE 5](#)

[Des bénéfices incommensurables](#)

[CHAPITRE 6](#)

[Les astuces sans lesquelles vous échouerez](#)

[CHAPITRE 7](#)

[En résumé](#)

[Envie d'aller plus loin ?](#)

## Introduction

Tout le monde voudrait trouver l'idée du siècle pour faire fortune, mais la plupart des gens s'y prennent mal.

Chaque jour, on voit s'ouvrir des start-ups dans tous les domaines, dont les dirigeants croient fermement avoir découvert l'or du troisième millénaire.

Poussés uniquement par l'appât du gain et de la notoriété, des inventeurs dépensent chaque année des sommes considérables dans des projets censés, selon eux, transformer le visage de la planète.

Presque à chaque fois, on voit ces génies des temps modernes s'écraser sur leur propre ambition bien avant d'avoir décollé ou fait le moindre bénéfice.

Il n'y a pas que les start-ups qui sont touchées par ce revers. De grosses sociétés bien implantées investissent également des ressources colossales dans des idées qui ne remporteront malheureusement jamais l'approbation du public.

On pourrait croire que ce phénomène touche seulement l'industrie. En réalité, on le constate aussi dans le domaine artistique où, poussés par la mode et les médias, des musiciens, cinéastes ou écrivains s'essayent à des créations dans des styles en vogue qui ne sont pas les leurs.

Toutes ces personnes ou sociétés ont un point commun. Elles suivent une ligne directrice qui est faussée par la cupidité et l'ambition.

Elles échouent non pas parce que le public les boude ou par manque de chance, mais parce qu'elles s'efforcent d'imposer des idées qui ne sont pas fondamentalement authentiques, ni reliées aux besoins qui sont les leurs avant tout.

À la fin de ce livre, vous saurez précisément pourquoi certaines idées fonctionnent et d'autres non.

Vous saurez également évaluer à l'avance le taux de réussite d'une idée novatrice.

Enfin, vous apprendrez la méthode *éclair* pour trouver VOTRE idée du siècle et prospérer grâce à elle.

# CHAPITRE 1

## Pourquoi ça n'arrive qu'aux autres ?

Il y a des raisons précises à l'échec. Les gens courageux se posent de bonnes questions. Les autres se posent en victimes du système.

### La nouvelle brouette

La première cause d'échec est le désir de réinventer la roue. Des inventeurs en herbes s'épuisent chaque année à vouloir réinventer le tire-bouchon ou le dévidoir à papier hygiénique. L'idée du siècle ne sera jamais dénichée dans ce genre de secteurs.

Lorsqu'ils n'essaient pas de remplacer des choses qui fonctionnent déjà parfaitement bien, ils copient lamentablement des idées existantes. On ne compte plus les fac-similés de Facebook, de Twitter ou de Google.

Ça ne sert à rien.

La redondance est nuisible et complique la vie des gens.

Pensant pouvoir faire mieux que le mieux, le désir de certains créateurs est souvent animée d'une agressivité malsaine. Ils veulent détrôner les grands par jalousie et se servent de concepts plus ou moins superficiels pour y parvenir.

Cette catégorie d'individus veut s'enrichir à n'importe quel prix en inventant des produits ou des services qui n'existent pas encore pour la bonne raison que personne n'en a besoin.

### Kèk t'en penses ?

D'autres encore font des sondages. Ils passent de longues heures à étudier les tendances et les statistiques dans l'espoir de dénicher une question non résolue, un problème récurrent qui solliciteraient leur génie et rendraient service aux populations concernées.

Que veulent et que cherchent les gens ? C'est leur leitmotiv.

Nous verrons plus loin pourquoi ce type de démarche est complètement inutile et impuissante dans la recherche de l'idée qui cartonne.

Comme nous le verrons en détail, le grand problème des inventeurs et entrepreneurs débutants, c'est qu'ils cherchent à l'extérieur une solution qui se trouve à l'intérieur.

En créant des choses ou des services dans des domaines pour lesquels ils n'ont ni compétences ni vocation particulière, ils finissent par s'épuiser dans une activité dans laquelle ils ont cru voir un profit facile, mais qui se révèle bien souvent une impasse.

Croire que la motivation de l'argent, beaucoup de travail et de grosses connaissances commerciales et marketing suffisent pour imposer un produit est une erreur qui conduit dans un mur.

L'idée du siècle, celle qui va rapporter beaucoup d'argent et de notoriété, résulte d'abord d'un besoin qui s'est fait ressentir sur le plan personnel.

Nous verrons plus loin pourquoi et comment.

Ce n'est donc pas chez les autres ou dans le monde extérieur que se cache notre génie, mais à l'intérieur de nous. Et pour cela, il faut suivre certaines règles, sinon ce sera l'échec total qu'ont connu, connaissent et connaîtront encore bien des entrepreneurs pour avoir suivi un raisonnement erroné.

## CHAPITRE 2

### 4 principes secrets pour trouver une idée qui rapporte gros

Observons l'histoire des grandes idées.

Premièrement, les gens qui ont révolutionné le monde avec une invention ont toujours cherché à faciliter quelque chose.

Or, par définition, ce qui est facile est avant tout très simple.

Prenez l'histoire de Google. Le moteur de recherche le plus performant du monde est aussi celui qui présente une interface utilisateur la plus sobre qui soit.

Avec Google, vous n'avez pas à vous gratter la tête. Vous ouvrez votre navigateur Internet, vous cliquez dans la petite case au centre de la grande page vide, et vous demandez au dieu renifleur de vous trouver l'information que vous cherchez.

Contrairement à ce qu'on raconte partout, le SEUL et UNIQUE désir de Google est de vous satisfaire rapidement et concrètement avec de l'information pertinente et qualitative.

Aucun autre moteur de recherche n'a su le faire comme lui, et c'est comme ça, en réduisant les efforts de l'internaute, que Google a bouffé tous ses concurrents.

Donc, il est plus intéressant de s'occuper d'une idée qui a du sens dans notre vie, dont la création et le développement suivent une direction unique et simple, plutôt que de courir plusieurs lièvres à la fois et de s'éparpiller en chemin.

#### **Premier principe : *Simplicité.***

Deuxièmement, les tendances changent et passent. L'idée du siècle n'est jamais à la mode. C'est plutôt l'inverse. Elle représente souvent une transgression des façons établies. Elle a tendance à choquer avant d'être acceptée comme une évidence.

Il est cependant inutile de chercher à heurter la sensibilité générale pour réussir. La provocation délibérée n'entraîne que des ennuis à plus ou moins long terme.

En revanche, il est clair que l'idée du siècle constituera une surprise pour le public. Ce type d'étonnement engendrera très fréquemment des « *Ouf ! Enfin ! Waouw* », mais aussi des « *pfff, n'importe quoi !* » En particulier de la part des jaloux et losers qui reconnaissent par là votre génie, mais sont trop malheureux pour applaudir.

Conséquemment, n'écoutez pas la mode ni l'avis des gens.

Je le répète autrement, l'idée de génie se trouve à l'intérieur de vous, dans votre propre histoire. Et je vais vous montrer dans les chapitres qui suivent comment faire pour aller la chercher !

#### **Deuxième principe : *Intériorité.***

Troisièmement, les grands créateurs n'ont pas cherché à faire les petits malins dans l'espoir de figurer un jour dans le Guinness des inventions, en première page de *People*, ou simplement dans le but d'exister et de se faire valoir.

Votre idée géniale, après avoir changé votre propre vie, devra apporter une plus-value au reste du monde. En un mot, être vraiment utile aux autres.

Ça peut paraître une lapalissade, mais vous n'imaginez pas le nombre de trucs qu'on invente chaque jour et qui ne servent absolument à rien !

Quelquefois, les gens se font piéger parce que le marketing mis en place pour vendre ces daubes est puissant, mais ne comptez pas sur une réussite durable. Pour la plupart, les gens sont naïfs et influençables, mais ils ne sont pas cons non plus !

**Troisième principe : *utilité*.**

Quatrièmement, les grands découvreurs ont pensé *positif*. Leur souci fut d'accoucher d'une idée nouvelle améliorant les conditions de vie pour tous selon un protocole équitable.

Pensez à ces multiples inventions de scripts ou plug-ins qui prétendent *niquer* Google en permettant à n'importe quel nigaud de se placer en première page du moteur de recherche, alors que d'autres méritent cette place parce qu'ils se cassent le cul à créer du contenu de qualité...

**Quatrième principe : *éthique*.**

Retenez bien ces quatre principes : *Simplicité, intériorité, utilité et éthique*.

Si vous les appliquez tous les quatre dans la réalisation de votre idée, vous cartonnerez sur le long terme.



## CHAPITRE 3

### Creusez là où personne ne creuse jamais...

Comme vous l'avez compris, pour trouver votre idée du siècle, je ne vais pas vous proposer de parcourir Internet de long en large, ses forums de discussion ou ses blogs informatifs afin de capter la tendance qui réclame votre génie.

Je ne vais pas non plus vous fatiguer avec un programme de développement personnel en sept mois à l'issue duquel, après de multiples exercices psycho-émotionnels, vous trouverez enfin la pépite d'or qui vous rendra riche.

Non, cela va vous surprendre, mais je vais seulement vous poser une SEULE question. Mais, attention, LA question !

Comme vous le savez peut-être si vous me suivez déjà sur mon blog [12-minutes.net](http://12-minutes.net), ou si vous avez lu mon premier livre « *12-minutes pour trouver LA solution* », je suis partisan des méthodes de résolution express.

Dans l'exercice de mon métier de thérapeute et de coach, j'ai remarqué que le cerveau est très réactif et productif si — paradoxalement — on l'empêche de réfléchir !

C'est précisément ce que l'on va faire ici, afin de laisser émerger votre génie intérieur d'une manière presque surnaturelle.

Même si, évidemment, la réponse que vous trouverez au départ risque d'être plurielle et demandera ensuite un gros travail de recherche et d'approfondissements avant de prendre une forme aboutie.

Mais au moins, vous n'aurez pas fait comme 99% des entrepreneurs en quête de la dernière *tuerie* pour s'en mettre plein les fouilles.

Je vous ai parlé d'une simple question, mais au lieu de vous la poser de but en blanc, ce qui nuirait à son efficacité et à sa pertinence, laissez-moi vous préparer un peu à recevoir son impact.

Tout d'abord, la question vous concerne. Vous personnellement et pas le reste du monde.

En répondant à cette question, vous pourriez trouver une idée géniale qui vous rendrait riche — je vous le souhaite —, mais plus important encore, elle donnera du sens à votre vie et vous permettra de vous épanouir comme jamais vous n'auriez pu l'imaginer auparavant.

Je ne vous garantis pas que votre idée sera unanimement ni mondialement reconnue, mais au moins, elle orientera vos efforts vers un mode de vie plus conforme à ce que vous êtes et pourriez devenir.

Les seules idées géniales qui peuvent vraiment nous enrichir et enrichir le monde sont à l'intérieur de nous, dans notre vécu existentiel.

Lorsque nous nous posons la *question magique* que je vais bientôt vous poser, tout prend du sens. Notre vie, notre mission sur Terre et notre génie. La prospérité est juste derrière la réponse que vous trouverez.

Comment je le sais ?

Parce que ça m'est arrivé. Parce qu'un jour dans ma vie, j'ai eu une idée que personne n'avait encore eue dans un certain domaine, ou du moins n'avait peut-être jamais osé l'envisager.

Alors que j'étais en recherche d'une nouvelle activité professionnelle, la réponse m'est venue un peu par hasard.

Je n'allais pas très bien à cette époque. Après 15 ans de consultations en tant que psychothérapeute, vous n'avez qu'une envie : faire autre chose. C'est le genre de métier qu'on a du mal à exercer toute sa vie, parce que c'est difficile et qu'au bout d'un moment, on n'en peut plus.

Bref, je devais changer d'orientation et je ne savais pas quoi faire. En quelque sorte, je cherchais moi aussi mon idée du siècle pour tirer mon épingle du jeu et rebondir dans cette période difficile.

Dans ces moments-là, quand vous travaillez dans la relation d'aide, ce ne sont pas les méthodes d'introspection qui manquent, ni les confrères que vous pourriez aller consulter pour vous aider.

Mais au fond de moi, je sentais que quelque chose de différent était sur le point d'éclore, et que je ne faciliterais pas le processus en appliquant les techniques longues et fastidieuses que je connaissais déjà.

Comme tout le monde, j'ai commencé par éplucher le Net et les bons rapports qui dressaient la liste des meilleures opportunités de business du moment.

À chaque fois que je m'attardais sur l'une d'elles, je me sentais triste et déprimé. Ce n'est pas bon signe en général.

Alors, j'ai tout refermé et me suis dit qu'il allait surement se passer quelque chose de façon naturelle, ainsi que me le dictait mon intuition.

Et c'est arrivé...pendant que je dormais.

Un matin, en me levant, j'avais dans la tête une question qui tournait en boucle. La *question magique* qui change tout, et qui fait qu'on arrête de courir après les fausses solutions que ne manque jamais de nous proposer ce monde assoiffé d'argent et d'ambition stérile.

La question qui fait qu'on se tourne enfin vers soi-même pour poser un regard objectif sur son propre parcours, et y découvrir l'étrange faille qui fournit finalement la clé que l'on cherche.

Ce qui m'est arrivé est simple, j'ai trouvé une activité qui tenait enfin compte de ma personnalité et de ma vocation essentielle. Une activité que je rêvais de faire sans même le savoir...

Ecrire.

Cela m'a permis d'enseigner sur Internet une discipline philosophique en voie d'extinction, et dont il m'a fallu admettre à grand-peine que j'étais devenu, par la force des choses, l'un des derniers experts.

Je n'aurais jamais cru que je puisse vivre de ça un jour.

Quoi qu'il en soit, mes publications se sont bel et bien vendues auprès d'un large public international de passionnés.

Bien sûr, je ne suis pas passé au JT pour autant, et ce secteur d'activité, quasi inconnu, est plutôt intimiste. Il ne concerne pour ainsi dire qu'une très petite quantité de gens, mais suffisamment intéressés pour me donner du travail et des ressources financières qui me satisfont pleinement à ce jour.

Les retombées dans ma vie et celles de ceux que j'ai instruits ont été colossales. À commencer par le fait d'avoir pu m'extraire de ma précédente activité.

Ensuite, avoir envie d'écrire est une chose, le faire rentablement en est une autre.

C'est grâce à la question que vous allez vous poser vous aussi dans un instant, que j'ai trouvé mon idée du siècle, grâce à laquelle je vis aujourd'hui confortablement et suis heureux.

Voici comment nous allons nous y prendre. Pour que la formule fonctionne, je vous propose de suivre le protocole suivant en 7 étapes de quelques minutes chacune, que je détaillerai dans le prochain chapitre :

1 – Écrivez un résumé spontané de votre vie sur une page maximum.

2 – Listez vos plus grandes déceptions

3 – Listez vos plus grandes victoires

4 - Classez vos réponses par ordre d'importance

5 – Posez-vous la *question magique* (un peu de patience...)

6 – Créez une solution qui sera votre idée du siècle

7 – Matérialisez cette idée et vendez là

## CHAPITRE 4

### La question magique des milliardaires

Pas de blabla supplémentaire.

Passons à l'action, maintenant.

Nous allons détailler à présent cet exercice en 7 étapes qui vous prendront très peu de temps.

Je sais que votre temps est précieux, et que vous avez très envie de connaître la *question magique* sans attendre.

Ne croyez pas que je joue avec vos nerfs dans le fait de différer cette révélation, ou pour vous tenir en haleine inutilement. Vous n'avez pas acheté un roman à intrigue et vous voulez des réponses tout de suite.

Vous avez raison.

Simplement, je suis un protocole nécessaire qui donnera à la *question magique* toute sa puissance et aura un impact profond sur votre pensée.

La *question magique* ne fonctionne que si vous êtes intérieurement préparés à vous la poser. C'est l'essence des étapes qui jalonnent le processus de résolution qui vous anime.

#### **Pas de précipitation !**

Je vous demande donc de ne brûler aucune étape en vous précipitant tout de suite vers la question ultime, juste pour savoir et apaiser votre curiosité.

Ce serait dommage et de toute façon, vous aurez tout le temps d'y repenser ensuite.

Le mieux est d'arrêter de lire cet ebook maintenant et de faire les exercices les uns derrière les autres.

Ne rechignez pas !

Il s'agit de votre vie et de votre futur. Peut-être même du futur de l'humanité. Ça vaut un petit effort, non ?

On est ensemble pour que vous ayez la chance de faire une découverte qui, dans le moindre des cas, sera pour vous une révélation qui donnera tout son sens à votre existence, ainsi qu'une direction positive à votre projet. Et dans le cas extrême, vous risquez de trouver une idée qui vous rendra peut-être milliardaire.

Alors s'il vous plaît, stoppez ici même la lecture de cet ebook et allez chercher votre nécessaire d'écriture !

Je vous assure que ceux qui réussissent leur vie sont toujours ceux qui ne remettent jamais les choses au lendemain ou à tout à l'heure.

Cependant, si c'est vraiment impossible (famille, travail, autre...), alors stoppez quand même votre lecture et trouvez un moment favorable plus tard, où vous ne serez pas dérangé pendant une heure au moins.

OK ? C'est bon ?

Super et bravo à vous !

Prenez votre feuille et votre crayon, ou bien ouvrez un fichier texte sur votre ordinateur, commencez à rédiger instinctivement sans réfléchir, et en vous moquant éperdument de votre style d'écriture ou des fautes d'orthographe que vous ferez.

On s'en fout complètement, ce n'est pas ce qui nous intéresse.

### **Étape 1 : écrivez un résumé de votre vie sur une page maximum.**

Je sais, c'est chiant.

Mais faire cela va vous permettre de synthétiser naturellement votre vie et de préparer le terrain pour la *question magique* qui arrive.

Oubliez les détails qui vous paraîtraient importants si vous y réfléchissiez. L'intérêt est d'écrire ce qui vous vient même si les souvenirs n'arrivent pas dans l'ordre chronologique.

Ne vous souciez pas des précisions ni des événements redondants. Laissez venir les choses comme elles se présentent. Vous n'êtes pas en train d'écrire une biographie ni un CV.

Si vous suivez ces recommandations, la manière dont vous allez aborder votre vie risque de vous surprendre quand vous la relirez.

C'est voulu pour court-circuiter votre senseur intérieur. Vous savez, cette espèce de petite voix désagréable qui vous renvoie toujours une image négative de vous-même, et dont l'occupation principale est de vous décourager dans toutes vos initiatives. Si ce sujet vous intéresse, je vous renvoie à mon livre « *12 minutes pour trouver LA solution* », qui traite de ce problème en détail...

### **Étape 2 : Listez vos déceptions.**

Sur une autre feuille, faites une liste simple de toutes les déceptions et désillusions que vous avez rencontrées dans votre vie.

Ça, ce sera plus facile, étant donné l'habitude que nous avons tous de ruminer nos misères à longueur de journée... :-)

Cette liste va vous servir à laisser remonter des informations cruciales qui vont nourrir votre réflexion et provoquer le fameux *eurêka* qui surviendra quand vous vous poserez la *question magique*.

C'est souvent dans cette liste que vous trouverez un écho de l'idée géniale que vous cherchez. Vous comprendrez alors que vos difficultés sont des boussoles qui vous ont été données pour découvrir votre génie.

Tout a du sens, mais nous n'en sommes pas encore là.

Dans cette étape, je vous invite à ne pas relativiser ou analyser ce que vous écrirez. Inutile d'omettre quelque chose qui vous déplaît ou encore de ne pas inscrire un souvenir sous prétexte qu'il vous paraît insignifiant ou stupide.

Tout compte.

N'oubliez pas que l'idée du siècle est souvent quelque chose d'extrêmement simple. Si vous ne me croyez pas, allez voir les pages d'accueil des sites de sociétés qui cartonnent de nos jours.

Apple, par exemple, qui pousse la simplicité vers des sommets inégalés avec ses produits épurés à l'extrême... Ce qui a fait dire d'ailleurs à son légendaire PDG que *la simplicité peut être plus difficile à atteindre que la complexité : il faut travailler dur pour arriver à faire simple*, a-t-il ajouté.

Quant à Google, excusez-moi d'y revenir encore, mais y a-t-il quelque chose de plus simple au monde que ça ? Nan !

Pour en finir avec cette étape, ne soyez pas étonnés de retrouver des souvenirs enfouis et que vous pensiez avoir oubliés...

Soyez attentifs surtout à ceux-là !

### **Étape 3 : Listez vos victoires.**

De la même façon que précédemment, vous allez dresser une liste, mais cette fois, des événements qui ont positivement marqué votre vie.

Vos meilleurs souvenirs en quelque sorte. Vos réussites brillantes et aussi celles — c'est important — dont vous êtes fiers malgré leur banalité apparente.

En effet, il existe dans la vie de tout un chacun des moments où l'on s'est trouvé exceptionnellement fort ou courageux, ou tout ce que vous voudrez. Des moments qui pourraient sembler insignifiants à d'autres, mais qui, pour vous, ont revêtu une importance considérable.

L'idée n'est pas d'évaluer la pertinence d'un souvenir heureux, mais de le noter tel quel s'il vient.

Cette liste va laisser remonter du fond de vous une énergie créatrice qui va participer à l'élaboration de votre idée du siècle. Cette énergie est très importante, car elle constitue le carburant du moteur de votre génie.

Notez bien les sensations que vous éprouverez à ce moment-là ainsi que les associations d'idées que vous aurez.

En quelque sorte, découvrir l'idée du siècle est toujours une expérience extatique. Une sorte d'orgasme impulsif du cerveau qui provoque parfois des éclats de rire nerveux, des petits cris ou des mouvements de danse que les enfants savent exprimer si naturellement quand ils sont heureux.

Pour l'instant, ne vous posez aucune question. Soyez seulement dans le processus sans aucune attente ni réflexion supplémentaire.

### **Étape 4 : Classez vos réponses positives et négatives par ordre d'importance.**

Dans cette phase, n'essayez pas de hiérarchiser avec la raison en vous demandant par exemple comment seraient vus vos choix par les autres.

Laissez-vous surprendre par l'importance que vous pourriez accorder à des choses qui, de prime abord, vous auraient parues superficielles ou secondaires.

Il faut être authentique et vrai, ouvert à la surprise que peuvent engendrer vos choix. Personne ne lira votre rapport et même si votre classement vous choque vous-même, ne vous laissez pas intimider par votre censeur intérieur.

Faites face à cette éventuelle contradiction avec fermeté et courage.

### **Étape 5 : Posez-vous la question magique.**

Ça y est, nous y sommes !

Si vous avez pu tenir jusque-là, je vous félicite parce que votre belle et grande question existentielle va vous fournir la clé d'abondance de votre destinée future.

La question est donc... *qu'est-ce qui m'a le plus frustré et me frustre encore dans ma vie ?*

C'est ça ? C'est tout ?

Eh oui ! Je vous ai dit que ce serait simple !

Mais ne vous fiez pas aux apparences et continuez votre travail parce qu'il y a encore pas mal de choses à faire pour que la réponse émerge comme un volcan qui jaillit.

Reposez-vous la question en boucle et sous diverses formes. Notez tout ce qui vous vient à l'esprit.

J'ai bien dit TOUT.

*Quelles sont les frustrations majeures de mon existence ?*

*Qu'est-ce qui, malgré mes recherches infructueuses sur Internet ou ailleurs, m'a manqué le plus jusqu'à aujourd'hui.*

*Qu'est-ce que j'ai toujours attendu sans que cela arrive ?*

*Qu'est-ce qui aurait pu tout changer dans tel ou tel domaine si ce quelque chose avait existé.*

*Qu'est-ce qui serait totalement différent, pour moi d'abord, et pour beaucoup d'autres ensuite, si cette chose apparaissait subitement ?*

*Qu'est-ce qui m'aurait permis d'échapper à certaines difficultés, de les éviter ou de les régler rapidement ?*

*Comment cette chose aurait-elle fonctionné et m'aurait-elle aidé ?*

Vous voyez le principe ?

### **Le piège fatal à éviter**

Mais attention, il y a un piège. Alors, ne tombez pas dedans. Un certain nombre d'éléments existentiels ne sont pas directement concernés par votre *question magique*.

Ne répondez pas... *que vous n'avez pas la maison ou la bagnole qu'il vous faut*. Ça, c'est accessoire. Si on vous donnait la baraque ou la caisse de vos rêves, au bout d'une semaine ou deux, vous retrouveriez votre frustration initiale en moins de deux.

Ne répondez pas...*que vous n'avez pas assez d'argent*. L'argent est une conséquence, pas un moyen. C'est le résultat d'un travail, peu importe qu'il soit honnête ou pas. Ce n'est donc pas d'argent dont vous avez besoin, mais d'une idée.

Ne répondez pas...*que votre femme qui vous a quitté vous manque*. Vous ne révolutionnerez pas l'univers matrimonial en créant un énième Meetic.

Ne répondez pas...*que vous regrettez le boulot que vous avez perdu l'an dernier*. C'est sûrement la meilleure chose qui vous soit arrivée parce que c'est souvent un marchepied vers le dynamisme entrepreneurial.

Et surtout, NE répondez PAS...*que ce qui vous manque c'est de ne pas être reconnu à votre juste valeur*. Vous n'avez pas besoin de reconnaissance, mais d'une bonne idée pour rentabiliser votre vie.

Croyez-vous que les gens admirent Getting parce qu'il a réalisé le GPS ? Tout le monde s'en fout de Getting ! Par contre, la petite voix dans la boîte qui m'indique mon chemin, ça c'est carrément génial, et aujourd'hui, bien peu de gens voudraient s'en passer.

Croyez-vous que les PDGs de Google ou de Facebook sont adulés ? Rien à foutre ! Les gens utilisent Google et Facebook parce que ça leur plaît et que ça leur rapporte quelque chose.

Les gens se foutent d'une seule chose. D'eux-mêmes !

Alors arrêtez de rêver à d'hypothétiques congratulations nationales pour faits et gestes glorieux de votre sublime personne, laquelle d'ici un demi-siècle à peine, croyez-moi, tout le monde aura oubliée.

Moralité, ne soyez pas au service de vous-même, mais au service de votre idée. Ne vous mettez pas en avant. J'irai même plus loin, soyez le parfait esclave de votre idée.

**Creusez un peu, beaucoup, passionnément, à la folie !**

Autre difficulté. Ne vous contentez pas d'une réponse générale.

Il va falloir préciser exactement ce qui vous a manqué, vous manque encore, et qui n'existe pas sur Terre, dans votre pays ou dans votre ville à l'heure actuelle.

Cette nuance est importante et je m'en explique. Il se pourrait que votre idée géniale ne concerne ni le monde entier, ni votre pays, mais tout simplement votre petit village de 300 habitants.

De grandes choses ont parfois vu le jour à l'ombre de projets insignifiants. Vous avez entendu parler du festival musical des Vieilles charrues, ou encore du spectacle médiéval du Puy du Fou ? Ce sont des exemples parmi tant d'autres d'événements locaux, donc mineurs, ayant pris une telle importance avec le temps qu'ils sont maintenant connus à l'échelle internationale.

Pensez-vous qu'au départ ces gens souhaitaient faire du fric ?

Ben non. Au départ, ce sont des potes qui organisent un truc qui leur fait plaisir, probablement parce que ça n'existe pas chez eux. Un truc tellement exceptionnel qu'à la fin, ils sont victimes de leur succès.

Vous voyez, l'idée du siècle, ça part des fois d'un tout petit rien. Gardez ça en tête !

### **Avancez pas à pas**

Si vous souhaitez donner toutes ses chances à votre idée naissante, il va falloir y aller avec tact et mesure.

Vous partirez d'un sujet plutôt général et vous avancerez progressivement dans votre raisonnement, jusqu'à trouver précisément ce qui vous a toujours fait défaut, et ce malgré toutes vos recherches en la matière.

L'astuce pour parvenir à ce résultat, c'est d'approfondir votre investigation avec la question : « mais encore ?... » jusqu'à trouver quelque chose de satisfaisant et qui devrait, à l'arrivée, vous éblouir comme une évidence.

C'est au bout de ce tunnel de réflexion que se trouve probablement votre idée du siècle.

Imaginons par exemple que ce qui vous a toujours manqué, et vous manque encore aujourd'hui, c'est un moyen rapide et efficace pour faire la vaisselle. Depuis des années, vous faites la vaisselle à la main, mais vous sentez intuitivement que vous pourriez trouver une astuce pour vous décharger de cette corvée.

Cette idée vous hante jour et nuit. Faire la vaisselle trois fois par jour vous rend extrêmement malheureux.

Un matin, vous vous réveillez avec une idée en tête. Il faudrait que je trouve le moyen de ne plus faire la vaisselle.

« Mais encore ?... »

L'idéal serait qu'on la fasse à ma place...

« Mais encore ?... »

... ou que quelque chose la fasse à ma place...

« Mais encore ?... »

... une sorte de machine qui récupérerait toute seule...

« Mais encore ?... »

... et qui sècherait la vaisselle sans que j'aie à intervenir...

« Mais encore ?... »



... qui pourrait fonctionner même quand je ne suis pas là...

« Mais encore ?... »

... qui pourrait s'installer dans ma cuisine et fonctionner pendant que je fais autre chose...

J'espère que ce simple exemple vous aura permis de comprendre de quelle façon on peut déboucher sur une idée objective et concrète.

La machine à laver la vaisselle vous paraît peut-être aujourd'hui un équipement courant, mais il ne faut pas oublier que ce genre d'invention est relativement récente. C'est d'ailleurs à une femme qu'on la doit.

Si vous ne connaissiez pas l'histoire de l'invention du lave-vaisselle, apprenez qu'il a vu le jour vers 1880, après qu'une certaine Madame Cochrane (qui n'est pas la grand-mère d'Eddy Cochrane), riche bourgeoise américaine recevant beaucoup, s'est vue contrainte de laver elle-même sa vaisselle chinoise à laquelle elle tenait tant, parce que ses servantes n'en prenaient pas soin.

Madame Cochrane, qui n'avait peut-être jamais enfilé de gants Mapa jusqu'ici, considéra rapidement qu'une machine effectuerait ce labeur avec plus d'efficacité que des mains humaines. Elle conçut le premier prototype de lave-vaisselle semi-automatique, et le fit fabriquer, ce qui lui valut un prix lors de l'exposition universelle de Chicago en 1893 !

Il faudra attendre les années 50 pour voir débarquer les laves-vaisselles dans nos foyers, mais il n'empêche que Madame Cochrane a remporté un fier succès dès son époque auprès des hôtels et restaurants, ce qui n'est déjà pas si mal.

### **La rentabilité d'une idée**

Une chose importante est à comprendre.

Des études démontrent que, majoritairement, les gens achètent plus facilement quelque chose qui leur enlève un problème ou une souffrance, que quelque chose qui leur procure du plaisir.

Par exemple, 70% des adorateurs d'Apple vous diront qu'ils sont *Mac* parce que le design est magnifique et que ça ne plante pas.

Les 30% restants vous diront que *si tu n'as pas le dernier iPhone, t'as l'air con...*

Ces deux cas sont différents en substance, mais ils convergent sur un point unique. Apple n'apporte aucun plaisir en soi. Il vous évite des problèmes que vous auriez (selon les aficionados) si vous n'utilisiez pas leurs produits.

Vous retiendrez qu'ici, nous retrouvons notre principe de base qui veut que les meilleures idées, c'est-à-dire celles qui remporteront l'adhésion du public après vous avoir d'abord rendu service à vous-même, sont celles qui résolvent des problèmes.

La recherche du plaisir est un leurre commercial. Rares sont les publicités qui accentuent leur message sur la satisfaction. Même si l'on vous vend des vacances aux îles Fidji, vous remarquerez que les agences de voyages proposant ce genre de prestations, insistent beaucoup sur les commodités pratiques des infrastructures et la sécurité.

On vous montrera bien que l'eau est aussi bleue, chaude et transparente que dans votre baignoire toute l'année, mais le gros du message commercial sera orienté vers une accroche qui dit à peu près ceci : *chers clients, chez nous, c'est NO PROBLEM !*

Moralité, celui qui inventera un système de vacances bon marché sans retard d'avion, ni douche froide, ni vol de portefeuille, ni voisin de chambre qui ronfle, ni attentat terroriste, ni poil de nez dans la salade... gagnera de l'or, je vous le garantis.

Ceci démontre, s'il le fallait encore, que l'idée du siècle se trouve TOUJOURS dans les contrariétés et les ennuis communs de la vie.

Une idée qui cartonne, c'est donc forcément une solution efficace à un problème. Le vôtre.

### **Quelques exemples pour réfléchir...**

Lindbergh a traversé l'Atlantique en avion non pas pour être le premier à le faire, mais parce qu'il rêvait de pouvoir faciliter le commerce intercontinental par la voie des airs. Cette prouesse n'est certes pas une invention, mais elle démontre que l'importance du désintéressement et du don de soi (il y avait du danger à le faire) interviennent dans les grandes réalisations.

Steve Jobs a créé la société Apple, non pas pour *faire de l'argent*, mais parce qu'il rêvait d'un ordinateur *beau et puissant*. Son entêtement à poursuivre ce but (et semble-t-il, son légendaire *sale caractère* également) a contribué à la naissance d'une micro-informatique révolutionnaire.

Page et Brin ont créé Google parce qu'ils pensaient qu'il manquait un moteur de recherche *digne de ce nom* sur Internet, et que les référencement sur les autres moteurs de recherche étaient trop compliqués et sélectifs. Google a tout simplifié et reste, malgré son succès, entièrement fidèle à cette ligne de conduite qui l'a enrichi.

Zuckerberg a créé Facebook parce qu'il trouvait qu'il manquait un espace d'intimité et de communication entre les élèves de son université. Il voulait d'abord s'amuser, mais semble avoir été pris à son propre jeu. Malgré toutes les controverses qui ont plané sur le créateur du plus grand réseau social du monde, il semble que celui-ci n'ait jamais montré de signes flagrants d'intérêt financier...

La leçon à retenir : ne courez pas après l'argent. Réglez seulement vos problèmes et vendez vos solutions aux autres.

Je répète : ne courez pas après l'argent. C'est lui qui viendra à vous !

### **Étape 6 : mettez au point un outil, un système, une solution qui résoudra le problème majeur de votre vie.**

Lorsque vous aurez découvert et visualisé l'outil, le service, le tour de main, la recette ou le secret qui permet de... ou de ne plus ceci, cela..., alors ce sera votre idée du siècle et vous pourrez vous atteler à sa réalisation effective.

À ce stade, vous aurez certainement besoin d'aide parce qu'il est impossible de savoir tout faire. Il va vous falloir embaucher un ou des auxiliaires qui vous aideront à fabriquer ou concevoir votre solution magique.

Un petit conseil. Avant de vous précipiter pour déposer un brevet d'invention, je vous conseille vivement de tester votre truc en différentes versions et de vous détendre. Le vol d'idée est trop rare pour qu'on perde du temps dans les paperasseries.

Et puis, croyez-moi, les gens sont beaucoup trop occupés par leurs propres soucis pour pouvoir s'intéresser aux vôtres. Idem pour les auxiliaires que vous embaucherez pour vous aider. Ne tombez donc pas dans la parano en vous imaginant que si vous vous confiez un peu, on vous piquera votre casse-dalle.

Je ne vais pas m'étendre ici sur l'art et la manière de réaliser ce travail de concrétisation. Ce sera sans doute l'objet d'un autre ebook où je vous expliquerai comment faire pour faire fabriquer des prototypes de votre idée à très petite échelle, comment faire par vous-même votre étude de cas et organiser votre éventuelle ingénierie, comment gérer la protection de vos idées sans y laisser toute votre fortune, comment trouver des fonds et des partenariats de financement, comment tester votre invention auprès du public avant de nous lancer dans la commercialisation, et bien d'autres choses encore...

### **Étape 7 : Lancez-vous et vendez votre idée.**

Même remarque que précédemment. Cette étape mérite un livre consacré à l'art et à la manière de vivre de ses idées.

Il existe aujourd'hui des protocoles simplifiés qui permettent à tout entrepreneur de lancer une activité novatrice, tout

en restant indépendant des filiales industrielles classiques.

Comme vous le savez sans doute, Internet a vraiment changé la face du monde des affaires. On a déjà constaté ce phénomène avec la disparition progressive de l'industrie du disque.

Actuellement, il est possible d'être un artiste totalement indépendant des anciennes boîtes de production, qui géraient exclusivement l'univers musical et décidaient du sort de milliers d'artistes, réduits pour ainsi dire au silence, en cas de désaccords.

À présent, chacun peut à loisir mener sa propre carrière et autoproduire ses oeuvres sans beaucoup de difficultés et pour des coûts dérisoires.

Nous sommes en passe de connaître la même révolution dans le domaine industriel et informatique. C'est pourquoi, plus que jamais, le secteur des inventions et des idées neuves risque d'exploser d'ici quelques années tout au plus, et voir émerger de multiples nouveaux riches, c'est-à-dire, ceux qui auront su exploiter leurs idées...

Serez-vous prêts ?

## CHAPITRE 5

### Des bénéfices incommensurables

Vous venez de prendre connaissance d'une méthode toute simple pour dénicher la pépite de matière grise qui vous rendra riche.

Comme vous l'avez certainement compris, je pense qu'une idée du siècle ne sert pas uniquement à faire fortune, même si c'est un résultat plus que souhaitable.

Le fait de chercher cette idée à l'intérieur de vous signifiera qu'avant de gagner de l'argent, vous allez gagner de l'énergie. Il n'y a rien de plus épuisant que de compulsuer des études de marché sur Internet ou ailleurs à la recherche du nouvel Eldorado.

Lorsque la solution est là, juste à côté de soi, les choses sont plus faciles.

Ajoutons à cela qu'un gain de temps considérable est également l'un des nombreux bénéfices de cette méthode. Personne n'ignore en effet qu'il est long et fastidieux d'éplucher des organigrammes et des tableaux de statistiques.

Ici, vous n'en aurez pas besoin parce que vous êtes vous-même le meilleur indicateur qui soit pour votre projet. L'endroit où vous trouverez les informations nécessaires est votre propre histoire personnelle. Et comme vous la connaissez bien, votre travail d'investigation s'en trouvera grandement facilité.

Je vous en ai parlé plus haut, mais je souhaite souligner à nouveau l'importance de trouver un sens à sa vie. Lorsque l'on découvre à quoi on sert dans le monde, alors tous les événements de notre vie prennent sens eux aussi.

Il n'y a plus de *galères* au sens propre du terme, mais des expériences formatrices qui nous ont amenés à apprendre un certain nombre de choses qui nous seront très utiles un jour ou l'autre.

En découvrant le sens de sa vie, on découvre évidemment l'idée du siècle puisque les deux sont reliés indéfectiblement. Les grands découvreurs vous diront tous que leurs inventions découlent en toute logique des expériences que la vie les a forcés à vivre, et pas toujours pour une partie de plaisir.

C'est pourquoi on constate qu'une telle découverte de soi implique aussi une réconciliation intérieure. Ceux qui ont fait ce travail ont retrouvé confiance en eux.

Vous aurez donc une meilleure image de vous, pas seulement parce que vous aurez fait des profits matériels ou financiers grâce à votre idée, mais aussi et surtout parce que la mise en oeuvre de votre découverte aura sollicité la meilleure partie de vous-même.

C'est une excellente manière de guérir de son passé. Un moyen de transmuter la frustration vécue et de la mettre à contribution dans un projet qui, d'une part, vous va comme un gant, et d'autre part, est utile à tout le monde.

Y a-t-il une meilleure définition du bonheur ? Être heureux et pacifié parce qu'on est devenu créateur de sa vie et participant au grand courant évolutif du monde.

Même si c'est à petite échelle, même si cela concerne seulement notre village de 300 habitants. Ça vaut le coup.

Et puis, à une époque où la plupart des gens détestent leur travail, quoi de plus épanouissant que d'avoir enfin trouvé ce qu'on a ENVIE de faire ?

La *question magique* que je vous ai communiquée dépasse donc de très loin la simple recherche d'un business lucratif. Elle vous permet de vous relier corps et âme à votre développement personnel et professionnel.

Et même si cet aspect ne vous intéresse que moyennement, ce que je comprendrais et respecterais totalement, vous trouverez néanmoins dans ma méthode un fabuleux moyen de savoir si vos idées sont bonnes ou non, et si elles ont

une chance de connaître le succès.

## CHAPITRE 6

### Les astuces sans lesquelles vous échouerez

Pour vous aider encore un peu, je vais vous donner quelques conseils qui vous permettront d'éviter certains écueils que l'on rencontre parfois quand on s'interroge soi-même sans le regard neutre d'un tiers.

#### **Soyez honnêtes**

Tout d'abord, je vous invite à être honnête avec vous-même et avec les autres. La *question magique* ne fonctionne que si vous acceptez de jouer le jeu. Se la poser sans s'être mis dans de bonnes conditions psychologiques n'engendrera qu'une immense déception.

Je vous rappelle que vous êtes à la recherche d'une pépite d'or qui se trouve logée tout au fond de vous depuis la nuit des temps. Probablement depuis votre naissance. Elle est là et attend d'être délivrée.

Sans tomber dans du symbolisme à trois sous, vous trouverez une analogie de ce voyage à l'intérieur de soi dans les contes pour enfants, où le prince vient délivrer la princesse endormie qui est entourée par une jungle épineuse.

Il devra affronter pour cela des monstres et des ennemis qui sont en quelque sorte les représentations de la plupart de nos blocages vers la réussite et l'excellence. Toutes ces choses qui vivent à l'intérieur de nous, reliquats de notre histoire, de notre éducation et de nos blessures, et qui sabotent toute tentative de développement personnel.

Je ne vais pas vous psychanalyser. Vous n'en avez pas besoin. Je veux juste que vous ayez conscience que ce travail de recherche est délicat.

Je ne l'ai pas comparé pour rien à la ruée vers l'or. Les orpailleurs sont des gens minutieux, patients et calmes. Pour une petite pépite de rien du tout, ils sont capables de charrier des centaines de kilos de boue au tamis.

Pourquoi font-ils ça ? Parce qu'ils connaissent la valeur de ce qu'ils cherchent.

Donc, si vous prenez ce travail à la légère, vous trouverez des cailloux, mais pas d'or.

#### **Surprenez-vous !**

Un autre élément essentiel à ce travail est l'étonnement.

Vous devez accepter que votre idée puisse être surprenante, voire heurter vos valeurs et habitudes. Ce n'est pas une obligation, mais cela peut arriver et vous déstabiliser.

Il se pourrait aussi que resurgisse une ancienne passion qui mettrait à mal votre entourage ou votre famille. C'est le risque à encourir parfois pour réussir.

Dans bien des cas, la surprise est heureuse. Quelquefois amusante. Comme dans l'histoire de cet homme bien sous tous rapports qui, du jour au lendemain, a révolutionné l'industrie du godemiché électronique.

Non, je plaisante. Mais à travers cet exemple décalé (et très limite je vous le concède), j'ai voulu vous donner une image saisissante de ce qui pourrait vous arriver.

#### **Restez vous-mêmes !**

La remarque précédente nous amène directement sur un point crucial. Celui de l'authenticité.

Si vous cherchez toujours à défricher sur des terres déjà cultivées, votre récolte sera maigre. Cela s'appelle marcher dans les sentiers battus.

Un vieux thérapeute me dit un jour : « *Parole de scout, si vous ne trouvez pas votre chemin, créez-le !* » Depuis, j'ai toujours suivi cette philosophie avec beaucoup de succès.

C'est dire si le facteur *nouveauté* est important dans les affaires. Beaucoup d'entrepreneurs n'osent pas innover même s'ils affirment le contraire. Il est facile de comprendre pourquoi.

Quand vous innovez, vous vous mettez 80% des gens à dos. Et comme les critiques négatives sont toujours plus nombreuses que les positives, cela vous donne l'impression que vous avez fait fausse route.

Or, en persévérant, vous vous apercevez que 80% de vos bénéfices sont réalisés justement par les 20% restants de gens qui vous aiment.

Vous l'avez deviné, il s'agit de la fameuse loi de Pareto, qui est un concept vraiment extraordinaire parce qu'il se vérifie à tous les coups.

Rappelez-vous ceci dans les moments difficiles. Avant de devenir un fait établi, l'idée du siècle est TOUJOURS attaquée de toute part par la loi d'inertie qui gouverne ce monde.

Au départ, elle est scandaleuse. Ensuite, elle fait partie du décor. À la fin plus personne ne peut s'en passer.

C'est toujours comme ça.

Donc, je le répète, n'ayez pas peur de la critique et n'allez pas chercher votre idée du siècle dans le jardin du voisin. Vous êtes assis dessus et il va bien falloir accepter d'avaler quelques arêtes, surtout au début.

### **Ne faites pas les malins**

Je vous en prie, n'essayez pas de faire les petits malins.

L'idée du siècle ne peut en aucun cas résulter d'un calcul malicieux.

Des petits malins essayent chaque jour d'inventer des trucs pour couillonner les gens. Ça peut marcher quelque temps, mais à l'arrivée, on va droit dans le mur.

L'équité paye, les amis.

Si vos inventions fonctionnent de manière à ce que quelqu'un profite sur le dos de quelqu'un d'autre, ça s'appelle une escroquerie.

C'est exactement ce qui se passe dans la spéculation boursière. Si vous gagnez, c'est que quelqu'un a perdu par ailleurs. Ce n'est donc pas équitable.

Je préfère les stratégies gagnant-gagnant qui sont réellement productives et pérennes.

Je sais, vous pourriez me dire que l'empire Google dont je fais grand cas a bouffé tout le monde. Permettez-moi de ne pas être d'accord avec ce raisonnement.

Si Google a pris indiscutablement la tête du peloton des moteurs de recherche, ce n'est pas parce qu'il a inventé un organigramme pervers. Je vous rappelle que ce sont des gens comme vous et moi qui ont accordé librement leur préférence à Google.

Pourquoi ? Parce que Google a toujours souhaité être un vrai moteur de recherche et pas une régie de pubs qui se sert d'un besoin qu'ont les gens pour leur vendre indirectement des trucs dont ils n'ont pas besoin.

C'est ce qui fait toute la différence entre un système éthique et ce que j'appelle une couillonnerie.

Un autre exemple ? Parlons d'Amazon.

Pourquoi Amazon est-il devenu l'empire du commerce électronique ? C'est très simple. Ils ont donné avant de recevoir au moyen d'une idée qui les a propulsés en tête.

Cette idée était simple, mais il fallait oser là où personne ne voulait s'aventurer. J'ai nommé : les frais de port gratuits !

Et voilà. Amazon n'a couillonné personne. Tout le monde l'a suivi parce que personne n'aime payer des frais de port.

Je dis bien personne. Amazon l'a compris. Amazon l'a fait. Amazon est premier.

Sans parler de leur politique de remboursement inconditionnel et de leur service clientèle, qui est tellement réactif et efficace, que l'on se croirait sur une autre planète.

Si vous n'êtes pas prêt à donner autant qu'eux au départ, n'allez pas plus loin. Vous ne serez jamais assez malin pour couillonner le système bien longtemps.

### **Restez derrière**

Autre point important, l'humilité.

N'essayez pas de vous faire valoir personnellement. Qui que vous soyez, votre nom de famille, les exploits de vos ancêtres ou la couleur de vos yeux magnifiques, tout le monde s'en fout !

Tout ce qui intéresse les gens, c'est votre putain d'idée géniale. Tout ce que veulent savoir les gens, c'est en quoi votre bidule incroyable va changer ou améliorer LEUR vie.

Je suis atterré de constater encore à l'heure actuelle le nombre colossal de grosses sociétés présentes sur Internet, et qui offrent une page d'accueil de leur site aussi tarte à leurs visiteurs.

Au lieu de présenter leur produit phare TOUT DE SUITE, on les voit faire des tartines de présentation sur les effectifs et l'historique de leur entreprise.

Qui a envie de lire ça quand il cherche un truc sur Internet ?

Qui a envie de connaître le nom de la standardiste ?

Qui a envie de se taper les 300 lignes d'histoire de l'industrie des joints en caoutchouc du néolithique à nos jours, quand il cherche seulement à acheter un joint pour son robinet ?

Dire que ces sociétés emploient des directeurs commerciaux et marketing pour pondre ce genre d'inepties !

Je le répète. Vous, moi, eux, ON S'EN FOUT !

Seule votre idée doit retenir votre attention et impliquer toute votre créativité.

Effacez-vous. Disparaissez. Ne soyez rien.

### **Et la copie ?**

Ah, la copie ! C'est la maladie du siècle. Une honte sans nom qui ne prouve qu'une seule chose. L'absence totale de consistance et d'ingéniosité.

Vous avez vu le nombre incalculable de réseaux sociaux qui ont tenté de détrôner Facebook ? C'est à peine croyable.

En revanche, Twitter a innové et c'est devenu Twitter. Ils ont apporté quelque chose de différent.

Mais les autres ? Les suiveurs...



Ne suivez pas. Ne copiez pas. Inventez. Améliorez. Innovez !

Tout est toujours à refaire parce que le monde évolue. Enfin pas tout à fait. Il y a une croyance erronée là-dessus. On pense que l'on doit s'adapter au monde et lui offrir ce dont il a besoin.

C'est une grosse connerie. Le monde n'évolue pas par lui-même. Il ne se lève pas un matin en disant : « *Tiens, aujourd'hui je vais évoluer !* »

C'est l'inverse. Ce sont les créateurs qui balancent des coups de pied dans la fourmilière et qui changent la face du monde. S'ils n'étaient pas là, le monde dormirait comme il aime le faire.

Le monde a horreur du changement même quand il est malheureux. Les inventeurs sont des emmerdeurs, ou des empêcheurs de tourner en rond comme vous voudrez, qui façonnent de nouvelles réalités chaque fois qu'ils pètent.

N'attendez pas d'avoir le feu vert. Le monde vit toujours dans le rouge. Le vert est la couleur de la vie, du printemps qui fait bourgeonner les êtres vivants.

Le vert est signe d'audace et la vie sourit aux audacieux.

### **Pas besoin de pioche**

Je vous ai parlé d'opiniâtreté, pas d'obstination.

Une erreur commune dans la recherche de l'idée du siècle consiste à se creuser la tête à coup de pioche.

Or, un *eurêka* est une surprise. Ça ne marche pas sur commande. Vous n'obtiendrez rien en voulant forcer les choses. Bien au contraire.

Si vos premiers essais ne sont pas concluants et que vous ne parvenez pas à préciser votre pensée, gardez confiance et ne vous forcez pas à bricoler un semblant de solution.

Le fait d'avoir trouvé une ligne directrice est déjà un grand pas. L'exercice de la *question magique* aura ouvert en vous un espace fécond.

Parfois, il faut du temps pour que les choses se mettent en place, se précisent. Vous devez accepter cette latence qui s'impose à vous, afin d'accompagner la croissance progressive de votre idée.

Il est possible aussi que vous n'ayez pas encore rassemblé toutes les données nécessaires. Il vous faut peut-être vous documenter encore et faire de nouvelles recherches, sauf que cette fois, vous savez dans quelle direction.

Dans d'autres cas, l'idée est précise, mais c'est le mode de réalisation qui va demander du temps. Une idée peut être géniale, mais avoir besoin de plusieurs tentatives pour percer ou pour trouver une forme définitive.

L'important n'est pas là. L'important, c'est que cette idée devienne votre raison de vivre et de vous lever le matin.

Il n'est pas question ici de relativiser un échec prévisible ou annoncé. Il est question de tout mettre en oeuvre pour donner toutes ses chances à une idée qui est née de vos entrailles et qui va devoir grandir à son rythme, pas au vôtre.

### **Les pieds en éventails**

On ne compte plus aujourd'hui sur Internet le nombre d'offres qui vous promettent de devenir riches en travaillant 2 minutes par mois en maillot de bain, les pieds dans la piscine.

Si vous êtes friands de ce genre de méthodes pour vous la couler douce en travaillant le moins possible, laissez tomber ! Je ne peux rien pour vous.

Croyez-moi, les musiciens qui ont eu la malchance de faire un tube interplanétaire qui leur a permis de jouer au golf

le restant de leurs jours sans rien faire d'autre, d'une part sont excessivement rares, et d'autre part ne sont pas forcément enviables.

Une idée qui cartonne est une idée sur le long terme. Pour durer, elle devra être régulièrement alimentée de réflexions et améliorée au fil du temps. Ce qui constitue une bonne part du sens existentiel que cette idée procure.

Ceux qui trouvent leur idée du siècle sont tellement exaltés et passionnés qu'ils ont envie que le plaisir dure toujours. Les succès rapides, et souvent éphémères malheureusement, sont des portes ouvertes sur l'ennui et la prochaine page blanche.

Les grands inventeurs, eux, n'en ont jamais fini. Ils ne comptent pas leurs heures et finalement, oublient totalement la notion de travail, même si c'est ce qu'ils font en réalité.

Saviez-vous que Léonard de Vinci a mis plus de quatre ans à peindre *La Joconde*, et qu'une fois le travail abouti, il n'était pas encore satisfait ?

Sans aller jusque-là, cette anecdote nous démontre l'importance de l'implication sérieuse et du devoir de bien faire qui anime les véritables leaders du progrès.

Certaines grandes idées de génie ont certes connu leurs heures de gloire avant de disparaître plus ou moins rapidement ou d'être remplacées par mieux. Mais, même si d'autres perpétuent votre idée et en tirent des bénéfices ultérieurs parce qu'ils en ont modifié positivement l'usage, cela ne doit pas pour autant vous arrêter et encore moins vous inciter à participer à cette course au succès facile, tant plébiscitée à l'heure actuelle, sous prétexte d'une conjoncture changeante et aléatoire.

*En gros, il faudrait s'en mettre plein les poches le plus vite possible, on ne sait jamais comment le vent va tourner...*

Ne suivez pas cette injonction.

Les grands hommes et femmes ne s'intéressent pas aux tendances ni aux conjonctures. Ils font ce qu'ils ont à faire et tâchent d'y mettre l'énergie nécessaire sans comptabiliser leurs efforts ni leur investissement personnel.

Laissez les méthodes en 2 secondes pour les tentes Quechua et préparez-vous plutôt à suer sang et eau pour qu'à l'arrivée, vous jouissiez durablement des fruits bien mérités de vos oeuvres.

### **Attention à l'ego**

Précipiter un projet est aussi nocif que de voir trop grand.

Franchement, avez-vous réellement besoin de devenir le prochain Jeff Bezos ? Si ça arrive, tant mieux, mais sinon ?...

Je vous l'ai prouvé avec ma propre histoire. Une idée géniale n'est pas forcément ultra-populaire. Bien sûr, je vous souhaite sincèrement de remporter l'adhésion générale dans toutes les langues, mais ce n'est pas cette condition spéciale qui vous rendra heureux.

Trop souvent, les entrepreneurs qui veulent *cartonner* s'imaginent que la règle du succès est avant tout interplanétaire. Au lieu de se concentrer sur les détails qui donneront à leur création un caractère unique et exceptionnel, et peut-être tout simplement *local*, les voilà partis en quête du Nouveau Monde.

C'est une erreur que j'ai commise à mes débuts dans l'infoprenariat. Fort de mon premier succès, j'ai voulu immédiatement faire traduire mon produit en anglais.

Bilan : nul !

D'une part, travailler dans une langue que l'on ne maîtrise pas est un suicide. Ensuite, j'ai voulu m'économiser les frais d'une traduction professionnelle et le résultat fut carrément catastrophique.

J'ai perdu pas mal d'argent et de temps, et quand le produit fut enfin terminé, je me suis rendu compte qu'il n'intéressait pas du tout, ou très peu, le marché anglo-saxon.

Vous voyez, j'ai fait péché d'orgueil en voulant partir à la conquête de l'Ouest.

Il y a des fois où l'on ferait mieux de se casser une jambe.

Ce qui est drôle, c'est que mes produits ont ensuite été traduits bénévolement en espagnol par l'un de mes lecteurs fidèles, sans que je demande quoi que ce soit.

Cette opportunité inattendue m'a permis de diffuser mes créations dans des pays plus modestes sur lesquels je n'aurais pas misé un kopeck. Et pourtant, c'est dans ces endroits retirés du monde qui n'intéressent personne, que je suis le plus lu et apprécié, mis à part mon cher territoire bien entendu.

### **Ne demandez pas l'avis des autres**

L'exemple de la tente Quechua de tout à l'heure est une exception qui ne confirme pas la règle.

On raconte que la guitoune *2 seconds* est apparue après que l'un des ingénieurs de Quechua ait demandé quel était le rêve d'un campeur à l'un de ses clients. Celui-ci aurait répondu : *une tente qui se monte toute seule*.

Vous lirez souvent dans les bons manuels de marketing que ce sont les clients qui vous donneront les meilleures idées en vous faisant part de leurs désirs, et qu'il est impératif de les questionner.

Laissez-moi vous dire une chose. Beaucoup de ceux qui ont suivi cette règle se sont retrouvés en culotte.

Pourquoi ? Parce que les produits qui cartonnent ne sont JAMAIS inventés par le public. On fait des offres au public et le public les CHOISIT ou pas, nuance !

La vérité est qu'on ne peut jamais prévoir le succès d'un produit uniquement parce que les gens affirment qu'ils en ont besoin.

Si vous avez une entreprise, vous n'avez qu'à faire un test bidon en demandant à vos clients ce qu'ils veulent, pour leur faire immédiatement après une proposition en souscription. Vous verrez que seulement 15 à 20 % de ceux qui auront crié à cor et à cri qu'ils vendraient leur mère pour avoir ce truc, répondront présent à votre appel.

Je vous l'ai dit. Les grandes réalisations sont forcément des surprises dérangeantes pour le monde. Quand elles apparaissent, elles provoquent d'abord un effroi et ensuite, tout le monde se les arrache.

Vous voulez réussir ? Apprenez à choquer votre cible, non comme une tactique de manipulation débile et provocatrice, mais en tâchant de reproduire à plus grande échelle la même émotion sidérante qui vous a parcouru vous-même quand vous avez découvert votre solution.

Quand Steve Jobs a sorti l'iBook Air de son enveloppe kraft, il a engendré un effroi dans le monde. Le même effroi qu'il a dû ressentir lui-même quand les usines Apple lui ont livré le premier exemplaire de cet extraordinaire notebook.

Steve Jobs a été le seul concepteur de *computers* à se soucier autant de la beauté extérieure et intérieure de ses appareils. Quelqu'un qui est capable de refuser un prototype parce qu'il constate qu'une soudure est de travers à l'intérieur, va forcément faire un carton quand le produit sera fini.

Le créateur d'Apple se foutait de ce que ça allait lui coûter. Il se foutait que ses ordinateurs soient 30 ou 50% plus chers que la concurrence. Ce qu'il voulait, c'est que les ordinateurs Apple soient 30 à 50% *supérieures en beauté et en puissance* à tous les autres.

A-t-il réussi ?

À ce jour, Apple est LA société d'high tech la plus rentable du monde.

Écoutez bien, personne n'a besoin de votre aide. Si vous vous aidez d'abord vous-même en résolvant votre principale frustration, vous serez capable ensuite de partager votre secret avec les autres contre de fortes rémunérations.

Vous serez capable de faire aussi bien que Steve Jobs en faisant l'effort de ne jamais vous décentrer de votre style de vie et de vos valeurs principales.

Vous voulez trouver l'idée qui cartonne ? Ne faites pas de concessions ni au temps, ni à l'argent, ni aux autres.

Ne faites pas des trucs qui s'ouvrent en deux secondes et qui demandent deux heures à refermer... :-)

Nan, je plaisante, j'adore les tentes Quechua. D'ailleurs, j'en ai une et j'en suis bien content. Pour une fermeture rapide, il suffit simplement de lire la brochure imprimée sur le sac.

Le seul truc, c'est qu'il ne faut pas oublier ses lunettes, comme moi une fois... mais ça, c'est une autre histoire !

## CHAPITRE 7

### En résumé

Nous allons à présent résumer tout ce qui a été dit, afin de vous fournir un chapitre que vous pourrez relire rapidement pour vous rafraîchir les idées en cas de nécessité.

**Étape 1 :** Écrivez un résumé de votre vie sur une page maximum en laissant venir les idées sans réfléchir. Plus cette étape sera spontanée et meilleure elle sera. Il ne vous faudra pas plus d'un quart d'heure pour l'écrire. Ne pensez pas. Faites confiance à ce qui sortira et tant pis pour les oublis et omissions. Elles n'ont aucune importance.

**Étape 2 :** Listez vos plus grandes déceptions et désillusions sans chercher à les mettre dans l'ordre chronologique, ou à ne lister que les plus évidentes. Aujourd'hui, beaucoup mettront *divorce* ou *licenciement*, mais ce ne sont pas forcément les événements les plus utiles dans notre contexte. Quelquefois, ce seront des détails étonnants qui prendront du relief.

**Étape 3 :** Listez vos plus grandes surprises positives et victoires, sans chercher à hiérarchiser les événements en question. Cette démarche ouvrira en vous une porte sur tous les possibles.

**Étape 4 :** Classez vos réponses par ordre d'importance en prenant garde à ne pas ranger les choses selon l'idée commune. Parfois, un événement anodin pour quelqu'un aura une importance énorme pour quelqu'un d'autre. Laissez vos jugements de valeur de côté et ayez le courage de classer vos souvenirs dans l'ordre qui correspond à votre ressenti du moment.

**Étape 5 :** Posez-vous la question magique : « *qu'est-ce qui m'a le plus frustré dans ma vie et me frustre encore aujourd'hui ?* » Les réponses que vous trouverez (car il y en aura sans doute plusieurs) contiennent l'idée du siècle que vous cherchez, et qui donnera du sens à votre naissance dans ce monde. Partir à la recherche de cette réponse, la trouver et la mettre en oeuvre pour le bien-être de tous, est véritablement le seul et unique moyen de réussir sa vie. N'oubliez pas de creuser le problème avec la question subsidiaire « *mais encore ?...* », jusqu'à épuisement.

**Étape 6 :** Créez une solution à partir de la réponse claire et précise que vous aurez trouvée grâce à votre *question magique* fondamentale.

**Étape 7 :** Une idée ne sert à rien si elle reste en l'état et n'est pas mise à exécution. Une fois que vous aurez votre idée qui cartonne (pour la bonne raison qu'elle cartonnerait pour vous en premier), concrétisez là et tâchez d'en tirer un profit maximum. Nous verrons cela dans un autre ebook probablement intitulé : « *Comment vivre de ses idées* »

## Envie d'aller plus loin ?

Une fois que vous aurez trouvé votre idée de génie, il vous faudra sans doute un plan d'attaque, que je vous propose de découvrir dans mon ebook « *12 minutes pour trouver LA solution* ».

Ce livre est en fait un outil de résolution extrêmement puissant qui pourrait vous donner un sérieux coup de pouce dans votre projet actuel.

Par ailleurs, le questionnaire inclus dans cette même méthode vous aidera également à surmonter les éventuelles difficultés que vous pourriez rencontrer dans le processus d'émergence de votre idée qui cartonne.

Ces deux outils sont pour moi vraiment complémentaires et c'est pourquoi je vous les recommande, pour la simple raison qu'une fois de plus, ils m'ont d'abord aidé moi-même avant d'aider les autres.

Je sais donc de quoi je parle ayant testé ces produits en me faisant à la fois leurs concepteur et utilisateur régulier.

C'est sur cet argument de vente inhabituel que j'aimerais clôturer cet ebook, en espérant qu'il vous deviendra familier dans votre business.

Au lieu d'aller à la pêche aux commentaires positifs des uns et des autres, faites cette expérience paradoxale et étrange de dire à vos prospects que vous êtes la première personne satisfaite de votre produit, pour la simple et bonne raison que vous l'utilisez tous les jours avec plaisir et satisfaction.

Vous allez voir la tête de vos clients qui jusqu'ici étaient habitués à des éloges venant d'ailleurs, des éloges au demeurant auxquels plus personne ne croit de nos jours, étant donné qu'ils émanent la plupart du temps, ou bien de témoignages échangés contre intéressements, ou bien de personnes déjà acquises à votre cause...

Je vous souhaite toute la réussite possible et imaginable, et bien plus encore, d'être heureux tel que vous êtes grâce à VOS idées.

Jacques Cordel

Juillet 2015

[www.12-minutes.net](http://www.12-minutes.net)

[jacquescordel@12-minutes.net](mailto:jacquescordel@12-minutes.net)

\*\*\*\*\*