

Sites web d'UNE SEULE PAGE qui RAPPORTENT

**(+ la méthode pour
en créer 1 par jour)**



JEAN RIVIÈRE

**SITES WEB D'UNE SEULE
PAGE QUI RAPPORTENT
(+ LA MÉTHODE POUR EN CRÉER 1
PAR JOUR)**

JEAN RIVIÈRE

DROITS D'AUTEUR ET INFORMATIONS

Tous droits réservés. Ce livre ne peut être reproduit ni partagé sans autorisation de l'auteur.

ISBN : 979-8-90452-079-3

Première édition : août 2026

WMJ Production

Str. Traian 18, ap 4B

400046 Cluj Napoca, Roumanie.

TABLE DES MATIÈRES

À propos de l'auteur

1. LE TYPE DE SITE QUE L'IA DE GOOGLE NE PEUT PAS REMPLACER
2. CRÉER UN MINI-SITE PAR JOUR ET LAISSER GOOGLE DÉCIDER LESQUELS DÉCOLLENT
3. LA LANGUE ET LES THÉMATIQUES QUI RAPPORTENT LE PLUS
4. DÉCLINER TES SITES DANS D'AUTRES LANGUES : LE MEILLEUR RATIO EFFORT / RÉSULTAT
5. LES TYPES DE SITES QUE TU PEUX CRÉER, DU PLUS SIMPLE AU PLUS RENTABLE
6. INSTALLER TA "MACHINE À CRÉER DES SITES" : LA CHAÎNE TECHNIQUE

7. SÉCURISER TON SYSTÈME, VÉRIFIER QUE TOUT MARCHE, ET CRÉER UN PREMIER SITE DE TEST
8. CRÉER TON PREMIER VRAI SITE-OUTIL : LE PROCESS COMPLET EN MOINS D'UNE HEURE
9. OPTIMISER LA VITESSE ET LE SEO DE TES SITES, EN UTILISANT L'IA
10. FAIRE CONNAÎTRE TES SITES ET OBTENIR DES LIENS QUI POINTENT DESSUS
11. TA ROUTINE DE PROMOTION, À EXÉCUTER CHAQUE SEMAINE
12. LA PUB : TA PREMIÈRE SOURCE DE REVENUS
13. EMPIILER D'AUTRES SOURCES DE REVENUS SUR LES SITES QUI MARCHENT
14. PASSE À L'ACTION : TON PREMIER SITE SERA EN LIGNE AVANT CE SOIR

Une dernière chose

À PROPOS DE L'AUTEUR

Jean Rivière a été l'un des premiers créateurs à se lancer sur la thématique du business en ligne dans l'espace francophone.

Il a eu pour élèves beaucoup de ceux qui sont devenus les grands noms du web d'aujourd'hui.

Il publie aussi une newsletter, dans laquelle il partage des méthodes et stratégies pour les entrepreneurs du web.

Pour t'y inscrire et recevoir de nouvelles astuces presque chaque matin, tu peux te rendre sur :

<https://JeanRiviere.com>

CHAPITRE 1

LE TYPE DE SITE QUE L'IA DE GOOGLE NE PEUT PAS REEMPLACER

Il y a des tonnes de personnes qui tapent “simulateur de crédit immobilier” chaque jour dans Google. D'autres cherchent “compteur de mots” ou “calculateur d'intérêts composés”.

Et ils tombent souvent sur des sites d'une seule page qui font une seule chose : le calcul ou la génération dont ils ont besoin.

Ces sites tiennent souvent sur un seul écran :

Il y a un champ où tu tapes quelque chose, et un bouton qui lance le calcul. C'est tout ce qu'il y a dessus... et c'est tout ce qu'il faut.

Et ils rapportent de l'argent grâce aux pubs qui sont affichées dessus !

Ces sites-outils sont intéressants parce qu'ils résistent beaucoup mieux aux changements d'algorithme de Google que les sites de contenu.

Mais surtout, ce sont les seuls sites qui vont survivre à “l'apocalypse du SEO”.

Je m'explique :

Quand quelqu'un pose une question à Google, l'IA du moteur de recherche lui donne de plus en plus souvent la réponse directement en haut de la page, sans qu'il ait besoin de cliquer sur un site.

Du coup, les sites d'articles et de contenu écrit perdent une part énorme de leur trafic, parce que les visiteurs obtiennent ce qu'ils cherchent sans jamais sortir de Google.

C'est ça, “l'apocalypse du SEO” : l'IA aspire le contenu des sites pour le résumer elle-même, et

les créateurs de contenu se retrouvent avec moins de visites qu'avant.

Mais un site-outil, Google ne peut pas le résumer. Quand quelqu'un a besoin d'un calculateur ou d'un générateur, il va cliquer sur un lien et aller sur le site en question pour utiliser l'outil.

D'ailleurs, Ahrefs, l'un des services de SEO les plus connus au monde, l'a prouvé de manière spectaculaire. Ils ont créé un sous-dossier sur leur site, rempli de petits outils gratuits comme un compteur de mots et un compteur de caractères.

Ce sous-dossier à lui seul compte près d'un million de visites organiques par mois rien qu'aux États-Unis. Et ils ont documenté publiquement cette stratégie en la recommandant à tous les créateurs de sites.

Wheelofnames.com, c'est un exemple parlant :

Le site ne fait qu'une chose : tu tapes des noms, tu cliques, une roue tourne et tire un résultat au hasard.

Et pourtant, il attire entre 17 et 25 millions de visiteurs par mois, avec une durée de session moyenne de 11 minutes...

Ce que je vais te fournir dans ce guide, c'est une méthode étape par étape pour créer ce genre de sites à la chaîne, en utilisant l'IA.

Tu vas pouvoir en créer un par jour, sans y passer tout ton temps (tu pourras continuer ton métier ou ton activité habituelle à côté).

Et quand l'un de tes sites commence vraiment à décoller, tu pourras aller encore plus loin :

Quand le sujet s'y prêtera, tu pourras créer un vrai service payant autour.

Par exemple, un calculateur de temps de sommeil qui récolte beaucoup de trafic peut devenir un programme complet qui aide à mieux dormir, à tracker son sommeil, et ainsi de suite...

En plus, le moment est idéal pour se lancer dans cette voie, parce que jusqu'à récemment, créer

un site-outil demandait de savoir coder ou de payer quelqu'un pour le faire.

Mais aujourd'hui, tu peux décrire ce que tu veux à Claude Code, et obtenir un site fonctionnel en quelques dizaines de minutes.

Ce guide pratique va donc te fournir un système complet pour créer un site-outil par jour.

Tu vas apprendre à trouver des idées qui ont du potentiel et à construire chacun de tes sites rapidement avec l'IA.

Tu vas aussi découvrir comment les monétiser dès leur mise en ligne, et comment transformer tes meilleurs sites en produits payants.

Par contre, il faut être clair sur un point dès le départ :

La plupart de ces sites ne rapporteront rien du tout, ou très peu.

C'est normal, et c'est prévu. Le principe, c'est d'en créer beaucoup et de laisser Google décider

lesquels décollent.

Les quelques-uns qui capteront du trafic compenseront largement tous les autres. On parlera de cette logique de portefeuille en détail au chapitre suivant.

Le premier jour de travail sera aussi plus long que les suivants, parce qu'il faudra mettre en place un serveur web et le connecter à Claude Code, préparer des modèles de pages réutilisables...

Mais une fois que ce sera fait et que ton processus sera rodé, la création de chaque nouveau site te prendra de moins en moins de temps.

Actions à faire :

- Tape “sleep calculator” (calculateur de sommeil) ou “word counter” (compteur de mots) dans Google. Regarde les sites qui apparaissent dans les résultats.
- Cherche ensuite “online calculator” (calculateur en ligne) ou “online timer” (chronomètre gratuit)

et regarde les résultats.

- Va sur Flippa.com et regarde les prix de vente de petits sites dans la catégorie outils. Ça te donnera une idée de ce que ces sites valent sur le marché, et combien d'argent ils génèrent.

- Réfléchis à 5 petits problèmes du quotidien pour lesquels un calculateur ou un générateur en ligne pourrait être utile. Ce seront tes premières pistes.

CHAPITRE 2

CRÉER UN MINI-SITE PAR JOUR ET LAISSER GOOGLE DÉCIDER LESQUELS DÉCOLLENT

O n l'a vu au chapitre précédent : la plupart de tes sites ne rapporteront rien, ou pas grand-chose.

Ce n'est pas un défaut du système : c'est son mécanisme central.

Je m'explique :

Il y a un développeur néerlandais qui s'appelle Pieter Levels.

Il a lancé plus de 70 projets en ligne au fil des années : des sites simples, des petits outils en tout genre.

Sur 70 projets et plus, seulement 4 génèrent des revenus significatifs. Et ces 4 projets lui rapportent environ 3 millions de dollars par an.

Les mini-sites que tu vas créer ne te rapporteront certainement pas autant... Mais ce qu'il faut comprendre, c'est qu'il n'y a aucun moyen de savoir à l'avance avec certitude lesquels vont décoller.

C'est pour ça que le volume est la seule stratégie qui fonctionne.

Et c'est exactement la logique que l'on va appliquer :

Au lieu de passer des semaines à peaufiner un seul site en espérant qu'il marche, on va en créer beaucoup, et on laissera Google faire le tri.

Concrètement, le système fonctionne en deux temps :

1- Le premier, c'est le “mode usine” :

Chaque jour, tu vas créer un site-outil.

Tu vas le mettre en ligne, y intégrer des pubs, et passer au suivant sans t'attarder.

L'objectif à ce stade, c'est le volume. Tu ne sais pas à l'avance lesquels vont fonctionner, et c'est pour ça qu'il faut en créer beaucoup.

À ce stade, la pub sera ton moyen de monétisation par défaut, parce que c'est le seul qui peut se mettre en place en quelques minutes et qui fonctionne directement sur tous les types de sites.

Tu colles un bout de code sur la page, c'est fait, ça tourne tout seul.

2- Le deuxième temps, c'est le “mode amélioration” :

Au bout de quelques semaines ou quelques mois, certains de tes sites vont commencer à recevoir beaucoup plus de visiteurs que les autres.

C'est à ce moment-là, et seulement à ce moment-là, que tu vas revenir dessus pour y ajouter d'autres sources de revenus : de l'affiliation ou un service payant que tu vas créer, par exemple.

Mais tu ne vas faire ça que sur les sites qui ont prouvé qu'ils attireraient du monde. Sur les autres, tu ne perds pas ton temps.

Et c'est justement pour ça que le volume est si important : plus tu as de sites en ligne, plus tu multiplies tes chances qu'un certain nombre d'entre eux finissent bien placés sur des requêtes qui ont du volume de recherche.

Bref, le système ne repose pas sur la chance. Il repose sur les probabilités et sur la régularité.

Actions à faire :

- Crée un tableur pour suivre ton portefeuille de sites, avec ces colonnes : nom du site, date de mise en ligne, niche ciblée, requête visée, trafic mensuel (à mettre à jour chaque mois), revenus (à mettre à jour chaque mois également). Ce sera ton tableau de bord.

- Bloque un créneau fixe dans tes journées pour la création d'un site. 45 minutes suffisent quand le processus est rodé. Traite ce créneau comme un rendez-vous non négociable.

- Fixe-toi un objectif réaliste pour le premier mois : par exemple, 15 sites mis en ligne. Tu pourras accélérer ensuite quand tu maîtriseras le processus.

CHAPITRE 3

LA LANGUE ET LES THÉMATIQUES QUI RAPPORTENT LE PLUS

Tes sites-outils, je te conseille de les créer d'abord en anglais.

Et si tu ne parles pas anglais, ce n'est pas un problème : c'est l'IA qui écrira le texte à ta place.

Pourquoi l'anglais ?

Parce que le marché anglophone est environ dix fois plus grand que le marché francophone en termes de volume de recherche sur Google.

Un outil qui reçoit 100 visiteurs par jour en français pourrait en recevoir 1 000 en anglais, sur la même requête...

Mais ce n'est pas juste une question de volume :

Les revenus publicitaires sont souvent beaucoup plus élevés en anglais.

En finance par exemple, le RPM (le revenu pour mille pages vues) peut être 4 à 5 fois plus élevé sur un site anglophone que sur le même site en français...

Et comme c'est une IA qui va construire tes sites de A à Z, la langue n'est pas un obstacle :

Tu lui décris ce que tu veux en français, et elle te crée tout le site en anglais. Tu n'as rien à traduire toi-même.

Et l'anglais n'est que le point de départ : quand un de tes sites commencera à bien marcher, tu pourras aussi le décliner dans d'autres langues où la même requête a du volume mais peu de concurrence. Un même outil peut attirer du trafic en espagnol, en allemand ou en portugais, avec très peu de travail en plus. On verra exactement comment faire au chapitre suivant.

Quelles thématiques choisir ?

Toutes les niches ne se valent pas.

Un calculateur sur un sujet lié à la finance, par exemple, te rapportera beaucoup plus qu'un calculateur sur un sujet lambda, parce que les annonceurs du domaine financier payent bien plus cher que les autres pour afficher leurs pubs...

Voici les critères pour choisir une bonne niche :

1- Le volume de recherche :

Est-ce que beaucoup de gens tapent régulièrement des requêtes du type “X calculator” (calculateur de X) ou “X generator” (générateur de X) dans cette niche ?

Tu peux vérifier ça avec Google Keyword Planner (gratuit avec un compte Google Ads) ou Ubersuggest.

2- La valeur publicitaire :

Les niches où les annonceurs payent le plus cher sont la finance (crédit, assurance, investissement, épargne), l'immobilier, la santé et la tech.

À l'inverse, le divertissement et les jeux payent beaucoup moins.

Quand tu hésites entre deux idées, choisis celle qui rapporte le plus.

3- L'utilisation répétée :

Un outil que les gens réutiliseront régulièrement aura plus de valeur pour toi qu'un outil qu'ils n'utilisent qu'une seule fois.

Un compteur de mots, par exemple, c'est un outil que les rédacteurs utilisent chaque jour. Un calculateur de date de retraite, c'est souvent une visite, et on n'y revient plus.

4- La simplicité de création :

Si tu ne peux pas construire un outil en une session de travail avec l'IA, c'est qu'il est trop com-

plexe pour le “mode usine”. Passe à autre chose et garde ton idée pour plus tard.

Pour trouver des idées concrètes, la méthode la plus efficace est d'aller directement sur Google (en anglais, google.com) et de taper des débuts de requêtes comme “calculator for...” (calculateur pour...), “convert... to...” (convertir... en...) ou “generator for...” (générateur pour...).

Google va te suggérer automatiquement les recherches les plus populaires.

Tu peux aussi regarder les sites-outils qui existent déjà dans une niche et te demander lesquels sont mal faits, lents ou trop compliqués :

Refaire un outil existant en mieux, c'est souvent plus rentable que d'en créer un de zéro !

Et pour aller plus vite, utilise ce prompt avec Claude ou ChatGPT :



“Liste-moi 20 idées de petits outils en ligne (calculateurs, générateurs, convertisseurs, minuteurs) dans la niche [ta niche].

Pour chaque idée, donne-moi la requête Google en anglais que quelqu'un taperait pour trouver cet outil, et estime si la demande est forte, moyenne ou faible.”



Ce prompt te donnera un point de départ solide. Ensuite, tu vérifies le volume de recherche réel sur Keyword Planner ou Ubersuggest avant de te lancer.

Au final, la règle est simple : si une requête a du volume en anglais, que la niche paye bien en pub,

et que l'outil est assez simple pour être créé en une session de travail... c'est un bon candidat.

Actions à faire :

- Va sur Google et tape “calculator for” puis regarde les suggestions automatiques. Note les 10 idées les plus intéressantes. Fais la même chose avec “generator for”...
- Vérifie le volume de recherche de tes 5 meilleures idées sur Google Keyword Planner (gratuit avec un compte Google Ads) ou Ubersuggest.
- Utilise le prompt ci-dessus pour explorer quelques niches à forte valeur publicitaire : la finance et la santé sont les meilleures pour commencer.
- Choisis ta première idée et note-la dans ton tableur.

CHAPITRE 4

DÉCLINER TES SITES DANS D'AUTRES LANGUES : LE MEILLEUR RATIO EFFORT / RÉSULTAT

Quand un de tes sites commencera à bien marcher en anglais, tu pourras aussi le dupliquer dans d'autres langues.

Et ce sera beaucoup plus rapide que de créer un nouvel outil de zéro, parce que tout le travail de conception aura déjà été fait !

Le principe est simple :

Tu pars d'un site-outil qui fonctionne : il a prouvé qu'il attirait des visiteurs en anglais.

Tu prends donc le mot-clé anglais de ce site. Par exemple, "sleep calculator".

Tu le traduis dans une dizaine de langues : “calculateur de sommeil” en français, “Schlafrechner” en allemand, “calculadora de sueño” en espagnol, “calculadora de sono” en portugais...

Et tu vérifies deux choses pour chaque langue sur un outil de vérification de mots clés :

- Est-ce que le volume de recherche est significatif dans cette langue ?
- Est-ce que la concurrence est faible ?

Puis, tu regardes les résultats Google dans cette langue.

Si les premiers résultats sont des sites généralistes ou des pages mal faites qui ne proposent pas vraiment l'outil en question... c'est un boulevard pour toi.

C'est la combinaison des deux qui compte : du volume ET peu de concurrence.

Un mot-clé avec beaucoup de recherches en allemand mais seulement deux ou trois résultats corrects dans Google, c'est une mine d'or. Tu pourras te positionner dans les premiers résultats beaucoup plus facilement.

Et parfois, tu verras que les résultats sont surprenants : un mot-clé peut avoir un volume de recherches important en turc ou en polonais... et quasiment aucun résultat correct dans cette langue sur Google.

C'est pour ça que la recherche doit être systématique : tu vérifies le maximum de langues à chaque fois, et tu laisses les données te guider.

Utilise ce prompt pour accélérer le processus :



“Mon site en anglais cible le mot-clé '[ton mot-clé]'.

Donne-moi la traduction de ce mot-clé dans les 15 langues les plus recherchées sur Google (espagnol, portugais, français, allemand, italien, néerlandais, polonais, turc, japonais, coréen, indonésien, vietnamien, thaï, arabe, russe).

Pour chaque langue, donne-moi aussi deux ou trois variantes que les gens pourraient taper.”



Pour la création du site, le travail sera minimal :

Tu auras déjà le code de l'outil, le design, la structure de la page, les emplacements de pub.

Il ne te restera qu'à traduire les textes visibles : les titres, les boutons, les labels, les descriptions pour Google.

Sur un site-outil classique, c'est rarement plus de 20 ou 30 phrases. L'IA fera ça en quelques mi-

nutes, et tu mettras le site traduit en ligne sur un nouveau nom de domaine.

Les jours où tu es à court d'idées pour un nouvel outil, tu pourras consacrer ta session à ça : explorer d'autres langues.

Ce sera du temps très bien investi, parce que le taux de réussite sera plus élevé là-dessus que sur un site entièrement nouveau...

Et au bout de quelques mois, certains de tes meilleurs outils existeront peut-être en six ou huit langues, chacun attirant son propre trafic de manière totalement indépendante !

Actions à faire :

- Pour te familiariser avec la méthode, fais l'exercice à blanc : prends un mot-clé anglais au hasard, par exemple "sleep calculator". Utilise le prompt ci-dessus pour obtenir les traductions dans 15 langues, puis vérifie le volume de quelques-unes sur un outil de vérification de mots clés.

- Garde ce chapitre sous le coude. Tu y reviendras dès que l'un de tes premiers sites commencera à recevoir du trafic régulier : ce sera le moment de le lancer dans d'autres langues.

CHAPITRE 5

LES TYPES DE SITES QUE TU PEUX CRÉER, DU PLUS SIMPLE AU PLUS RENTABLE

Maintenant que tu sais dans quelle langue et dans quelle niche te lancer, voyons concrètement ce que tu vas pouvoir construire.

Parce que “site-outil” peut vouloir dire beaucoup de choses, et certains types sont beaucoup plus rapides à créer que d'autres... tout en ayant le potentiel de rapporter davantage.

Voici les grandes familles de sites que tu vas pouvoir créer :

1- Les calculateurs, c’est le format le plus classique et souvent le plus rentable.

L'utilisateur entre des données, l'outil fait un calcul, et il affiche un résultat.

Calculateur d'IMC, simulateur d'épargne ou d'intérêts composés, calculateur de calories, calculateur de coût au kilomètre...

Les possibilités sont énormes dans quasiment toutes les thématiques.

Et en finance ou en immobilier, les revenus publicitaires sur ce type de page sont parmi les plus élevés du web.

C'est le type d'outil par lequel je te conseille de commencer.

2- Les générateurs qui créent quelque chose à la demande de l'utilisateur :

Générateur de mots de passe, générateur de noms d'entreprise, générateur de QR codes, générateur d'avatars...

L'avantage, c'est que les gens reviennent souvent sur ces outils.

Quelqu'un qui a besoin d'un mot de passe sécurisé aujourd'hui en aura besoin à nouveau la semaine prochaine.

Et ce trafic récurrent, c'est potentiellement de l'argent récurrent.

3- Les convertisseurs :

L'idée, c'est de trouver des choses qui ne sont pas converties par défaut par Google.

C'est souvent le type d'outil le plus rapide à construire, parce que la logique est la plus simple qui soit : une entrée, une conversion, une sortie.

4- Les minuteurs et compteurs à rebours ont un avantage que les autres n'ont pas : l'utilisateur reste longtemps sur la page.

Un minuteur Pomodoro (minuteur de sessions de travail), un compteur à rebours, un chronomètre en ligne...

5- Les bases de données filtrables demandent un peu plus de travail, parce

qu'il faut les remplir de données :

Un annuaire de ressources dans une micro-niche, une liste filtrable d'outils pour un usage spécifique...

L'IA peut t'aider à générer les données de départ, mais ça prendra quand même plus de temps qu'un calculateur. Garde ce format pour les jours où tu as un peu plus de temps devant toi.

6- Les wrappers IA :

Tu connectes l'API de Deepseek, Claude ou Chat-GPT derrière une interface simple, avec un prompt spécialisé.

Tu peux créer avec ça un analyseur de CV, un correcteur de texte pour une niche précise, un générateur de programmes sportifs personnalisés...

Le coût en API sera minime (quelques fractions de centimes par utilisation), et la valeur perçue par l'utilisateur peut être très élevée.

Par contre, ce format demande un peu plus de technique que les autres.

Tu n'as pas besoin de créer des sites de tous ces types pour démarrer. Commence par les types de sites les plus simples, et tu exploreras les autres au fur et à mesure !

Actions à faire :

- Reprends la liste d'idées que tu as notée. Ajoutes-en en t'aidant de la liste ci-dessus.
- Classe tes idées par ordre de facilité de création. Les calculateurs et convertisseurs simples passent en premier : ce sont eux que tu construiras lors des premiers jours.

CHAPITRE 6

INSTALLER TA “MACHINE À CRÉER DES SITES” : LA CHAÎNE TECHNIQUE

Jusqu'ici, on a parlé de stratégie.

Maintenant, on passe à la mise en place des outils dont tu vas avoir besoin :

Ce chapitre, c'est le “premier jour plus long” dont on a parlé au début du guide : tu vas installer les fondations techniques une bonne fois pour toutes.

Et si la technique te fait peur, tu peux utiliser l'IA pour te faire guider à chaque étape.

Tu n'as besoin de rien savoir faire par toi-même. Tu poses ta question, l'IA te donne la commande

à taper, tu la copies-colles dans le terminal, et tu passes à la suite.

Si ça plante, tu copies le message d'erreur, tu le donnes à l'IA, et elle te donne la solution.

La première chose dont tu as besoin, c'est un serveur web :

Plus précisément, un VPS (un serveur privé virtuel).

Je te recommande Hetzner, un hébergeur allemand fiable et peu onéreux.

Un VPS, c'est un "ordinateur distant" qui reste allumé en permanence et connecté au web. C'est là-dessus que tes sites-outils seront hébergés.

La deuxième chose, c'est d'avoir Claude Code installé sur ton ordinateur :

Claude Code, c'est le même Claude que celui que tu utilises peut-être déjà sur le web, sauf qu'au lieu de juste te répondre, il peut aussi agir.

Il peut créer des fichiers, construire des sites, les envoyer sur ton serveur et corriger ce qui ne marche pas. C'est lui qui va faire tout le travail technique à ta place.

Pour tout installer, va sur l'interface web de Claude (claude.ai) ou de ton IA préférée, et demande-lui de te guider.

Commence par l'installation de Claude Code sur ton ordinateur avec ce prompt :



“Je n'ai jamais utilisé le terminal de ma vie.

Guide-moi pas à pas pour installer Claude Code sur mon [Mac / PC Windows].

Donne-moi chaque commande à taper une par une, explique ce qu'elle fait en une phrase, et dis-moi ce que je dois voir à l'écran pour savoir que ça a marché.”



Tu copies les commandes une par une dans le terminal de ton ordinateur (sur Mac c'est l'application "Terminal", sur Windows c'est "Terminal" ou "PowerShell"), tu vérifies le résultat après chaque étape, et en quelques minutes c'est réglé.

Ensuite, il te faut ton serveur :

Va sur hetzner.com et crée un compte.

Pour savoir quelle offre choisir, demande à ton IA préférée :



“Je vais créer un mini-site type calculateur (sans login, ce seront juste des outils simples) par jour

pendant un an et les héberger tous sur un seul VPS Hetzner.

Cherche les offres VPS actuelles de Hetzner et conseille-moi la plus appropriée.”



Les offres changent régulièrement, c'est pour ça qu'il vaut mieux laisser l'IA vérifier ce qui est disponible au moment où tu te lances.

Et une fois ton VPS commandé, utilise ce prompt pour le configurer et y connecter Claude Code :



“Je viens de commander un VPS chez Hetzner.

Guide-moi pas à pas pour le configurer, créer une clé SSH sur mon [Mac / PC Windows],

l'ajouter au serveur, et faire en sorte que Claude Code puisse s'y connecter.

Donne-moi chaque commande une par une et dis-moi ce que je dois voir pour savoir que ça a marché.”



Une fois que c'est fait, Claude Code pourra se connecter à ton serveur directement depuis ton terminal.

Tu pourras lui dire “mets ce site en ligne sur mon serveur” et il le fera pour toi.

Maintenant, il faut organiser ton espace de travail :

Chaque site-outil que tu vas créer sera un projet séparé, dans son propre dossier sur ton ordinateur.

Crée un dossier principal (par exemple “Sites” dans tes documents), et à l'intérieur, tu créeras un sous-dossier par site au fur et à mesure.

Quand tu voudras travailler sur un site, tu ouvriras Claude Code dans le bon dossier, et il y construira tout (là aussi, fais-toi aider par l'IA si tu ne sais pas comment faire pour lancer Claude Code depuis un dossier).

Actions à faire :

- Prends ton temps pour ce chapitre. Si tu n'es pas à l'aise avec la technique, il vaut mieux y passer trois jours et bien faire les choses que de tout bâcler en une heure. Tout le reste du guide repose sur ces fondations.

- Installe Claude Code sur ton ordinateur en utilisant le premier prompt fourni. Vérifie que ça fonctionne en tapant “claude” dans ton terminal : si une interface de discussion s'affiche, c'est bon. Si ça ne marche pas, copie le message d'erreur et donne-le à l'IA pour qu'elle t'aide.

- Commande ton VPS en utilisant le prompt qui te conseille l'offre la plus adaptée. Puis configure-le et connecte-le à Claude Code avec le troisième prompt. Là aussi, prends ton temps !

- Crée ton dossier principal "Sites" sur ton ordinateur, avec un premier sous-dossier de projet à l'intérieur. Si tu ne sais pas comment lancer Claude Code depuis un dossier, demande à l'IA de te montrer.

- Si tu bloques sur quoi que ce soit : ne reste pas coincé. Donne le message d'erreur à l'IA, elle trouvera la solution. Et si vraiment rien ne marche, fais une pause et réessaie le lendemain. Le plus important, c'est de ne pas abandonner, parce qu'une fois tes outils en place, tout deviendra beaucoup plus facile.

CHAPITRE 7

SÉCURISER TON SYSTÈME, VÉRIFIER QUE TOUT MARCHE, ET CRÉER UN PREMIER SITE DE TEST

Ton serveur est maintenant en place et Claude Code peut s'y connecter.

Mais avant de te lancer dans la création de sites, il reste quelques briques à poser : mettre en place un système de sauvegarde, savoir comment connecter les noms de domaine que tu achèteras à ton serveur, et vérifier que toute la chaîne fonctionne en créant un premier site de test.

La première chose à faire, c'est de mettre en place un système de sauvegarde de fichiers :

Si tu perds des fichiers ou que ton serveur a un problème, tu peux tout perdre d'un coup.

Hetzner propose un backup automatique directement dans son interface. C'est la première couche de protection, et tu peux l'activer en quelques clics.

Mais ça ne suffit pas, parce que ces sauvegardes sont stockées au même endroit que ton serveur : si Hetzner a un souci majeur (ou si ton compte est bloqué), tu risques de tout perdre...

L'idéal, c'est donc d'avoir tes données copiées à au moins deux endroits supplémentaires.

Je te recommande Backblaze et Wasabi, deux services de stockage en ligne fiables et peu chers.

Tu peux aussi ajouter un backup local sur un disque dur chez toi si tu veux avoir une copie physique.

Pour mettre tout ça en place, demande à Claude Code de te guider :



“Je veux configurer un système de backup automatique pour mon serveur.

Je veux activer le backup automatique chez Hetzner, des backups quotidiens vers Backblaze B2, et une copie vers Wasabi.

Guide-moi pas à pas pour créer les comptes nécessaires, configurer les accès, et automatiser le tout.”



Ensuite, tu vas mettre en place Cloudflare :

Cloudflare, c'est le service qui va faire le lien entre tes noms de domaine et ton serveur.

Quand quelqu'un tapera l'adresse d'un de tes sites dans son navigateur, c'est Cloudflare qui lui dira “ce site se trouve sur tel serveur” et qui redirigera la connexion.

Crée un compte gratuit sur cloudflare.com. Le plan gratuit est largement suffisant pour ce qu'on fait ici.

Et Cloudflare a un avantage qui va te simplifier la vie de manière considérable : le mode “Flexible SSL”.

Le SSL, c'est ce qui fait apparaître le petit cadenas dans la barre d'adresse du navigateur et qui te permet d'avoir une adresse en “https”. C'est indispensable aujourd'hui.

Normalement, configurer le SSL sur un serveur demande pas mal de manipulation technique.

Mais avec le SSL Flexible de Cloudflare, c'est automatique : tu actives l'option dans l'interface Cloudflare, et tous tes sites passent en HTTPS sans que tu aies quoi que ce soit à configurer sur ton serveur.

C'est aussi chez Cloudflare que je te conseille d'acheter tes noms de domaine :

Ils les vendent à prix coûtant, ce qui veut dire que tu payeras le prix le plus bas possible.

Maintenant, on va mettre tout ça en place et vérifier que ça fonctionne en créant un site de test :

Demande à Claude Code :



“Je veux créer un site de test ultra simple sur mon serveur : juste une page HTML qui affiche ‘Bonjour’.

Aide-moi d’abord à acheter un nom de domaine sur Cloudflare.

Ensuite, tu installeras Apache sur mon serveur, avec un virtual host pour ce site.

Ensuite, tu m'aideras à activer flexible SSL sur Cloudflare pour ce domaine, à diriger le domaine vers mon serveur en éditant les DNS sur Cloudflare.”



Si tout se passe bien, tu pourras taper ton nom de domaine dans un navigateur et voir ta page de test s'afficher avec le petit cadenas HTTPS.

Quand tu auras vu cette page de test s'afficher, tu sauras que tout est prêt. À partir de maintenant, chaque nouveau site que tu créeras suivra exactement le même circuit.

Actions à faire :

- Prends ton temps pour ce chapitre aussi. D'abord, fais-toi aider par Claude Code pour mettre en place ton système de sauvegarde.
- Crée ensuite un compte sur Cloudflare.

- Utilise le prompt fourni pour créer ton site de test avec Claude Code, le déployer sur ton serveur, configurer le SSL, et connecter ton domaine à ton serveur.
- Vérifie que tout fonctionne : tape ton nom de domaine dans un navigateur. Si tu vois ta page de test avec le cadenas HTTPS dans la barre d'adresse, tu es opérationnel. Tu es prêt à créer ton premier vrai site-outil !

CHAPITRE 8

CRÉER TON PREMIER VRAI SITE-OUTIL : LE PROCESS COMPLET EN MOINS D'UNE HEURE

Ton infrastructure est en place, ton site de test t'a montré que la chaîne fonctionnait.

Maintenant, on passe aux choses sérieuses : créer ton premier vrai site-outil, celui qui ciblera une vraie requête avec du vrai volume de recherche.

Et ce process, c'est celui que tu vas répéter chaque jour.

Tu as normalement déjà choisi ton idée. Il est temps de la concrétiser.

Commence donc par créer un nouveau dossier dans ton répertoire “Sites”, avec le nom de ton projet.

Puis, ouvre Claude Code dans ce dossier et décris-lui ce que tu veux.

Par exemple :



“Crée un site-outil d'une seule page en anglais : un [type d'outil] qui permet de [ce qu'il fait].

L'utilisateur doit pouvoir [décrire précisément ce qu'il entre, ce que l'outil calcule ou génère, et ce qu'il voit comme résultat].

Le design doit être propre, simple, professionnel, et adapté au mobile.

Ajoute les balises SEO : title '[ton titre ciblant le mot-clé]', meta description, Open Graph.

Prévois des emplacements pour les pubs Google AdSense : un en haut de page, un après le résultat.

Pas de framework lourd, du HTML, CSS et JavaScript simples.

La page doit charger rapidement. Mobile first.”



Claude Code va créer tous les fichiers en quelques minutes.

Ensuite, il faudra vérifier le résultat :

Ouvre la page dans ton navigateur pour voir à quoi elle ressemble.

Teste l'outil en entrant des données, et vérifie que le résultat affiché est correct.

Vérifie aussi l'affichage sur mobile.

Si quelque chose ne va pas, dis-le simplement à Claude Code :

En quelques allers-retours, tout sera réglé.

Tu n'as pas besoin de passer une heure sur cette étape : vérifie que l'outil fonctionne bien et que la page est lisible sur téléphone. Si c'est le cas, c'est prêt.

Quand le site te convient, achète un nom de domaine et demande à Claude Code de déployer le site :



“Déploie le site sur mon serveur.

J’ai acheté le nom de domaine [domaine], qu’il faudra utiliser pour ce site.

Aide-moi à configurer les DNS dans Cloudflare et à activer flexible SSL.

Puis crée un virtual host Apache, envoie les fichiers du site qu'on vient de créer, et vérifie que tout fonctionne.”



À ce stade, il te reste trois choses à faire :

D’abord, enregistrer ton site dans Google Search Console pour que Google sache qu’il existe et commence à l’explorer :



“Guide-moi pour ajouter le site à Google Search Console.”



Ensuite, si tu n'as pas encore de compte Google AdSense (pour afficher des pubs sur le site), c'est le moment d'en créer un :

Google met généralement quelques jours à valider un nouveau compte.

On verra les détails de la monétisation pub dans l'un des chapitres suivants.

Ce processus complet, de l'idée à la mise en ligne d'un site, te prendra probablement une à deux heures la première fois.

Mais après le deuxième ou le troisième site, tu pourras tout faire en moins d'une heure. Et au bout d'une semaine, ça te prendra probablement une trentaine de minutes...

Enfin, tu vas aussi avoir besoin d'un outil de statistiques pour suivre le nombre de visiteurs sur chacun de tes sites :

Je te recommande Plausible (plausible.io), qui est simple et léger.

Google Analytics fonctionne aussi si tu préfères un outil gratuit, mais il est plus lourd et plus complexe à prendre en main.

Quel que soit ton choix, demande à Claude Code d'intégrer le code de suivi sur ton site au moment du déploiement : c'est une ligne de code à ajouter, et il le fera en quelques secondes.

L'objectif, rappelle-toi, ce n'est pas la perfection : c'est le volume !

Actions à faire :

- Crée un dossier pour ton premier projet et lance Claude Code dedans. Utilise le modèle de prompt fourni pour lui décrire ton outil, en l'adaptant à ton idée.
- Vérifie le résultat, teste l'outil, corrige avec Claude Code si nécessaire, puis déploie sur ton serveur et connecte le domaine via Cloudflare.
- Enregistre ton site dans Google Search Console et crée ton compte AdSense si ce n'est pas encore fait.

- Installe un outil de statistiques.
- Note le site dans ton tableur et choisis l'idée de site que tu concrétiseras demain.

CHAPITRE 9

OPTIMISER LA VITESSE ET LE SEO DE TES SITES, EN UTILISANT L'IA

Ton premier site est en ligne. Mais avant de passer à la suite, il y a une étape qui peut faire une vraie différence sur tes résultats à long terme : vérifier que ton site est rapide et bien optimisé pour Google.

La bonne nouvelle, c'est que Claude Code peut auditer tes sites et corriger les problèmes à ta place :

Pour ça, je te conseille de créer un dossier dédié aux audits dans ton répertoire “Sites”.

Appelle-le par exemple “Audit SEO”.

C'est dans ce dossier que tu lanceras Claude Code chaque fois que tu voudras vérifier un de tes sites.

L'avantage d'avoir un dossier dédié, c'est que tu peux y stocker tes consignes d'audit une bonne fois pour toutes, et Claude Code s'en souviendra à chaque session.

Dans ce dossier, crée un fichier texte appelé “CLAUDE.md” avec ces instructions :



“Tu es un auditeur de sites web. Quand je te donne l'URL d'un de mes sites, tu fais un audit complet en deux parties :

PARTIE 1 - VITESSE :

Vérifie le poids total de la page, le nombre de requêtes HTTP, la taille des images, le temps de

chargement estimé, et identifie tout ce qui ralentit le site.

Propose des corrections concrètes pour chaque problème trouvé.

PARTIE 2 - SEO :

Vérifie que la balise title contient le mot-clé principal en début de phrase.

Vérifie que la méta-description donne envie de cliquer et contient le mot-clé.

Vérifie qu'il y a un H1 pertinent.

Vérifie qu'il y a au moins deux paragraphes de texte explicatif autour de l'outil, qui contiennent le mot-clé et ses variantes.

Vérifie que la page est responsive (adaptée au mobile). Vérifie que les images ont des balises alt.

Pour chaque problème trouvé, donne-moi la correction exacte à appliquer.”



Ce fichier sera lu automatiquement par Claude Code à chaque fois que tu lanceras une session dans ce dossier.

Du coup, tu n'auras pas besoin de répéter tes consignes : tu ouvres Claude Code dans le dossier Audit, tu lui donnes l'adresse de ton site, et il fait le travail.

Côté vitesse, les problèmes les plus fréquents sur les sites-outils sont les images trop lourdes, les fichiers CSS ou JavaScript qui ne sont pas minifiés (c'est-à-dire compressés), et les polices de caractères qui prennent du temps à charger. Claude Code peut corriger tout ça en quelques minutes.

Côté SEO, le point le plus souvent oublié, c'est le texte autour de l'outil :

Beaucoup de créateurs mettent juste un formulaire et un bouton sur la page, sans rien d'autre.

Mais Google a besoin de texte pour comprendre de quoi parle ta page.

Deux paragraphes qui expliquent ce que fait l'outil et à qui il est utile, ça suffit.

Et le mot-clé principal doit apparaître naturellement dans ce texte, dans le titre, et dans la méta-description.

Intègre cet audit dans ta routine de création :

Chaque fois que tu finis de construire un site et avant de le déployer, ouvre Claude Code dans ton dossier Audit et donne-lui l'adresse locale de ton site.

Il va te lister les problèmes et te proposer les corrections. Tu les appliques en quelques minutes, et ensuite seulement tu déploies le site sur ton serveur.

Au bout de quelques jours, tu connaîtras les erreurs les plus courantes par cœur, et tu les éviteras directement pendant la création. L'audit deviendra de plus en plus rapide.

Et de temps en temps (une fois par mois, par exemple), tu peux aussi relancer un audit sur tes sites les plus anciens.

Le web évolue, les critères de Google changent, et un site qui était bien optimisé il y a six mois peut avoir besoin d'un rafraîchissement.

Actions à faire :

- Crée ton dossier “Audit SEO” dans ton répertoire Sites, avec le fichier CLAUDE.md qui contient les instructions fournies ci-dessus.
- Lance Claude Code dans ce dossier et donne-lui l'adresse de ton site de test (celui du chapitre 7). Regarde ce qu'il trouve et applique les corrections : c'est un bon entraînement avant de le faire sur tes vrais sites.

- À partir de maintenant, fais passer chaque nouveau site par cet audit avant de le déployer. Ajoute cette étape à ta routine de création, juste après la vérification et avant le déploiement sur le serveur.

CHAPITRE 10

FAIRE CONNAÎTRE TES SITES ET OBTENIR DES LIENS QUI POINTENT DESSUS

Tes premiers sites sont maintenant en ligne, mais pour l'instant personne ne sait qu'ils existent.

Et Google non plus ne les connaît pas encore vraiment : pour qu'il commence à les positionner dans ses résultats, il a besoin de voir que d'autres sites pointent vers les tiens.

Plus il y a de liens qui mènent vers tes sites, plus Google considèrera qu'ils méritent d'être mis en valeur !

Du coup, ta mission dès qu'un site est en ligne, c'est de mettre des liens qui

pointent dessus partout où tu peux.

Si tu as déjà un site web ou un blog, c'est ton premier levier :

Crée une page “Outils” (ou mieux, plusieurs pages par catégorie d'outils) sur ton site existant.

Et fais en sorte que ces pages qui listent tes sites-outils soient accessibles sur un maximum de pages de ton site ou blog : tu peux par exemple mettre un lien dans le pied de page, dans le menu principal, ou dans la barre latérale.

À chaque fois que tu créeras un nouveau site-outil, tu l'ajouteras à la page qui les liste.

Ces liens depuis ton site existant auront de la valeur aux yeux de Google, parce que ton site a déjà probablement de l'ancienneté !

Tu peux aussi relier tes sites-outils entre eux :

En bas de chaque site-outil, mets des liens vers tes autres outils dans la même thématique.

Par exemple, un “Voir aussi : [nom des autres outils + ce qu’ils font]” en bas de page.

Ça crée un réseau de liens entre tes propres sites, et ça aide chacun d'entre eux à gagner du poids aux yeux de Google.

Ensuite, pense à tous les endroits où tu es déjà présent en ligne :

Tes profils sur les réseaux sociaux, tes descriptions de vidéos YouTube, ta bio sur les plateformes que tu utilises...

Chaque endroit où tu peux glisser un lien, c'est un signal de plus pour Google. Et c'est aussi une source potentielle de visiteurs directs.

Partage aussi un lien vers tes nouveaux outils sur les réseaux quand tu les mets en ligne.

Pas besoin de faire un post promotionnel lourd : montre juste l'outil, explique ce qu'il fait, et mets le lien.

Tu peux aussi proposer des partenariats simples à d'autres créateurs :

L'idée, c'est de dire : “Je mets un lien vers ton site sur ma page d'outils, et toi tu mets un lien vers le mien sur la tienne.”

C'est un échange gagnant-gagnant, et ça fonctionne particulièrement bien quand vos outils sont complémentaires sans être concurrents.

Contacte des gens qui ont des sites dans des niches proches des tiennes et propose-leur.

Parlons maintenant des annuaires de liens :

Il faut être réaliste : il y en a beaucoup moins qu'il y a quelques années.

Mais il en existe encore, surtout dans des thématiques spécifiques.

Tu peux en trouver en utilisant ce prompt avec ton IA préférée (active la recherche approfondie) :



“Trouve-moi des annuaires en ligne, des répertoires de ressources et des listes d'outils gratuits dans la thématique [ta thématique].

Je cherche des sites anglophones où je peux soumettre mon outil : [description].

Donne-moi les liens directs vers les pages de soumission quand c'est possible.”



Et pour finir, ne sous-estime pas les communautés en ligne :

Reddit est la meilleure plateforme pour ça.

Trouve les “subreddits” (les forums thématiques de Reddit) liés à ta niche, et partage ton outil

quand c'est pertinent.

Mais attention : Reddit déteste le spam. Il faut trouver un moyen de raconter une histoire autour de ton outil. Là aussi, fais-toi aider par l'IA pour trouver un angle !

Parce que si tu te contentes de poster des liens, tu seras banni très vite.

Les forums spécialisés et les communautés de niche fonctionnent de la même manière. Cherche les endroits où les gens qui utiliseraient ton outil se retrouvent, et trouve un angle pour raconter quelque chose d'intéressant qui te permette de faire figurer ton lien.

On verra par la suite comment créer une routine hebdomadaire pour faire tout ça en un minimum de temps.

Actions à faire :

- Fais un inventaire de tous les endroits où tu es déjà présent en ligne : ton site ou blog, tes profils sur les réseaux sociaux, tes descriptions

YouTube, tes bios... Note chaque endroit où tu pourrais glisser un lien vers tes outils.

- Si tu as un site ou un blog, réfléchis à comment tu pourrais y organiser une page “Outils” (ou plusieurs pages par catégories). Tu n'as pas besoin de la créer tout de suite, mais note l'idée et la structure qui te semble la plus logique.

- Utilise le prompt fourni pour explorer les annuaires qui existent dans les niches que tu vises. Regarde ce qui ressort et note les plus pertinents.

- Parcours Reddit et cherche les subreddits liés à tes thématiques. Regarde comment les gens y partagent des outils, et quel type de posts fonctionne bien. On verra comment intégrer tout ça dans une routine efficace par la suite.

CHAPITRE 11

TA ROUTINE DE PROMOTION, À EXÉCUTER CHAQUE SEMAINE

Au chapitre précédent, on a vu toutes les façons de placer un maximum de liens vers tes sites, depuis des plateformes ou des sites existants.

Maintenant, il faut transformer ça en routine, pour que ça devienne automatique et que ça ne te prenne pas des heures chaque semaine.

Parce que si tu dois réfléchir à chaque fois à ce que tu dois faire, tu ne le feras pas. Mais si tu as une checklist toute prête que tu exécutes une fois par semaine, il y a beaucoup plus de chances que ce soit vraiment fait, et que ça soit rapide.

L'idée, c'est de consacrer une session fixe par semaine à la promotion de tes sites.

Choisis donc un jour (par exemple le vendredi, ou le lundi), et tiens-t'y. Pendant cette session, tu feras toujours les mêmes choses, dans le même ordre :

1- Première étape : mettre à jour ta page “Outils” :

Tu as créé plusieurs sites dans la semaine.

Tu vas tous les ajouter à ta page “Outils” sur ton site ou blog existant (si tu en as un).

Un lien, un titre, une ligne de description pour chaque nouvel outil. Ce sera fait en 5 minutes.

2- Deuxième étape : ajouter les liens croisés entre tes sites :

Pour chaque nouveau site que tu as créé cette semaine, tu ajoutes un bloc “Voir aussi” en bas de page qui pointe vers tes autres outils de la même thématique.

Et tu fais l'inverse : tu vas sur tes anciens sites pour y ajouter un lien vers les nouveaux.

Avec Claude Code, tu peux faire ça très rapidement :



“Ajoute un bloc 'Voir aussi' en bas de la page de [site A] avec un lien vers [site B] et [site C]. Fais la même chose sur [site B] et [site C] pour qu'ils pointent vers [site A].”



3- Troisième étape : poster sur les réseaux sociaux :

Pour chaque nouveau site de la semaine, tu rédiges un post.

Pas besoin de te casser la tête : utilise ce prompt pour aller vite :



“Je viens de créer un outil en ligne gratuit : [description de l'outil].

Écris-moi un post court pour [la plateforme : Twitter, LinkedIn, Reddit...] qui présente cet outil de façon naturelle et donne envie de cliquer.

Parle du besoin qu'il y a derrière, mets-y de l'émotion.

Le ton doit être décontracté, pas promotionnel.”



Une fois que c'est fait, tu planifies tous les posts dans un outil comme Buffer ou Metricool.

4- Quatrième étape : soumettre tes sites aux annuaires :

Tu as repéré des annuaires pertinents au chapitre précédent.

Chaque semaine, soumets tes nouveaux sites à ceux qui correspondent à leur thématique.

Si tu n'as pas encore exploré les annuaires d'une niche donnée, utilise le prompt du chapitre précédent pour en trouver.

5- Cinquième étape : explorer les communautés :

Passe 5 à 10 minutes sur Reddit ou sur un forum lié à ta niche.

Regarde si un de tes outils pourrait répondre à une question posée par un membre.

Si oui, partage-le avec un vrai commentaire utile, pas juste un lien brut.

Si tu ne trouves pas de moyen d'en parler en commentaire, utilise une IA pour t'aider à trou-

ver une façon de créer un nouveau post qui ne ressemble pas à du spam.

Tu peux par exemple utiliser ce prompt :



“Je veux partager mon outil [description de l'outil + lien] sur le subreddit [nom du subreddit].

Propose-moi 5 angles de posts qui ne ressemblent pas à de la promotion.

Par exemple : raconter comment j'ai eu l'idée, poser une question à la communauté en mentionnant l'outil, partager un résultat intéressant obtenu avec l'outil, ou demander des retours pour l'améliorer... Ou autre chose (ne te limite pas à ces angles).”



Voilà, c'est tout. En une session de travail, tu as mis à jour tes liens, posté sur les réseaux, soumis aux annuaires, et posté sur des communautés.

Le plus important, c'est de faire cette session CHAQUE semaine.

Pas quand tu y penses, pas quand tu as le temps : chaque semaine, le même jour.

Actions à faire :

- Choisis le jour de la semaine que tu consacreras à ta routine de promotion. Note-le dans ton agenda comme un rendez-vous fixe.
- Crée-toi une checklist avec les cinq étapes ci-dessus, dans l'ordre. Tu peux la mettre dans un simple fichier texte, un document ou ailleurs.

- La prochaine fois que ce jour arrive, lance ta première session de promotion. Chronomètre-toi.

CHAPITRE 12

LA PUB : TA PREMIÈRE SOURCE DE REVENUS

Maintenant, parlons de ce qui va faire rentrer l'argent : la publicité.

Au chapitre 8, tu as créé un compte Google AdSense. Ce sera ta première source de revenus, et pour la plupart de tes sites, ce sera la principale pendant un bon moment.

Le principe est simple :

Google AdSense va afficher des publicités sur tes pages, et tu seras payé chaque fois qu'un visiteur les voit ou clique dessus.

L'emplacement des pubs sur tes pages compte beaucoup :

Ton modèle de page inclut déjà des emplacements prévus pour AdSense (on l'a préparé au chapitre 8).

Les deux meilleurs endroits pour un site-outil sont au-dessus de l'outil (le visiteur voit la pub en arrivant sur la page) et juste après la zone de résultat (le visiteur vient d'utiliser l'outil et son regard descend naturellement).

Évite de surcharger : trop de pubs ralentit le chargement et fait fuir les visiteurs.

Pour intégrer la pub sur un nouveau site, demande à Claude Code :



“Intègre mon code Google AdSense sur ce site.

Place une bannière publicitaire au-dessus de l'outil et une autre juste après la zone de résultat.

Utilise des annonces responsives (adaptatives) qui s'ajustent à la taille de l'écran.

Mon identifiant éditeur AdSense est : [ton identifiant].”



Maintenant, parlons des paliers, parce que AdSense n'est que le début :

AdSense, c'est le point d'entrée. Il n'y a pas de seuil minimum de trafic, et ça fonctionne sur n'importe quel site.

Mais les revenus sont les plus bas du marché, parce que Google prend une grosse commission au passage.

Dès qu'un de tes sites dépasse les 1 000 sessions par mois, tu peux postuler à Mediavine Journey :

C'est un programme conçu pour les sites en croissance, avec des revenus déjà nettement meilleurs qu'AdSense. C'est le premier vrai upgrade, et le seuil d'entrée est très accessible.

Quand un site atteint 25 000 pages vues par mois, tu deviens éligible à Raptive (anciennement AdThrive) :

Là, les revenus montent encore d'un cran.

Par contre, Raptive demande que la moitié de ton trafic vienne des États-Unis, du Royaume-Uni, du Canada, d'Australie ou de Nouvelle-Zélande.

Avec des sites-outils en anglais, c'est généralement le cas.

Et quand tes revenus publicitaires dépassent les 5 000 dollars par an sur un

site, tu peux accéder à Mediavine Ad Management, leur programme principal :

C'est là que tes revenus vont faire un vrai bond. Mediavine est plus sélectif à l'entrée, mais une fois accepté, c'est l'une des régies qui payent le mieux.

Ta trajectoire pour chaque site qui décolle pourra donc ressembler à ceci :

1- AdSense au départ

2- Puis Mediavine Journey dès 1 000 sessions par mois

3- Puis Raptive dès 25 000 pages vues par mois

4- Puis Mediavine Ad Management dès 5 000 dollars de revenus pub par an

Tu ne passes au palier suivant que quand un site atteint le seuil. Jusque-là, tu laisses tourner.

Actions à faire :

- Une fois que ton compte AdSense est validé, utilise le prompt fourni pour intégrer la pub sur ton premier site. Vérifie que les pubs s'affichent correctement sur ordinateur et sur mobile.
- Ajoute une colonne “régie pub” dans ton tableur de suivi. Au départ, tout sera en AdSense. Tu mettras à jour quand un site passera au palier supérieur.
- Concentre ton énergie sur la création de nouveaux sites plutôt que sur la vérification quotidienne de tes revenus. Une fois par semaine suffit largement pour consulter tes stats AdSense.

CHAPITRE 13

EMPIILER D'AUTRES SOURCES DE REVENUS SUR LES SITES QUI MARCHENT

La pub, c'est ta base.

Mais quand un de tes sites commencera à attirer du trafic régulier, tu voudras peut-être aller plus loin encore.

La première couche à ajouter, c'est l'affiliation :

Le principe est simple : tu recommandes un produit ou un service en rapport avec ton outil, et tu touches une commission sur chaque vente générée par ton lien.

Et sur un site-outil, l'affiliation fonctionne particulièrement bien, parce que le visiteur est déjà dans une démarche active :

Par exemple, quelqu'un qui utilise un calculateur de crédit immobilier est probablement en train de chercher un prêt.

Quelqu'un qui utilise un calculateur de calories est probablement en train de chercher un programme alimentaire.

Du coup, tu ajoutes un lien affilié pertinent sous le résultat de l'outil.

Par exemple :

“Tu cherches le meilleur taux pour ton crédit ?

Compare les offres sur [nom du comparateur]” avec ton lien affilié.

Pas besoin de faire compliqué : une phrase et un lien bien placé suffisent.

Pour trouver des programmes d'affiliation dans ta niche, demande à l'IA (active

le mode “recherche approfondie”) :



“Mon site-outil est un [description de l'outil] en anglais.

Trouve-moi des programmes d'affiliation pertinents que je pourrais recommander aux utilisateurs de cet outil.

Pour chaque programme, donne-moi le nom, l'URL d'inscription, et le pourcentage de commission.”



La deuxième couche, c'est la vente d'un petit produit digital :

Si ton outil attire du trafic dans une niche précise, tu peux créer un produit simple à vendre directement sur la page.

Un guide PDF, une checklist, un modèle de tableur... quelque chose qui complète l'outil et que l'utilisateur sera tenté d'acheter parce qu'il est déjà dans le sujet.

Par exemple : un calculateur de sommeil peut proposer un “Programme complet en 5 semaines pour mieux dormir”.

Si tu ne veux pas gérer le côté technique, tu peux vendre ces produits via Gumroad, une plateforme qui gère tout (le paiement, la livraison du fichier, et même la TVA internationale).

Tu n'as qu'à intégrer un bouton d'achat sur ta page.

La troisième couche, c'est le modèle freemium (gratuit avec une version payante) :

Ton outil de base reste gratuit, mais tu proposes des fonctionnalités avancées en version payante.

Par exemple : le résultat de base est gratuit, mais un rapport détaillé en PDF est payant.

Ou bien l'outil est gratuit pour un usage, mais l'accès illimité nécessite un abonnement.

Ce modèle demande un peu plus de développement technique, mais Claude Code peut le mettre en place pour toi.

Et si un de tes sites décolle vraiment, tu peux aller encore plus loin : le transformer en vrai SaaS (outil en ligne vendu par abonnement) :

L'idée, c'est de prendre ton outil gratuit qui a fait ses preuves et d'en faire une version complète avec des comptes utilisateurs, des données sauvegardées, des fonctionnalités avancées...

Bref, un vrai produit.

Par exemple, un simple calculateur de calories qui attire beaucoup de trafic peut devenir une app complète de suivi nutritionnel avec historique et objectifs personnalisés.

Un calculateur de budget peut devenir un tableau de bord financier complet avec des alertes et des rapports mensuels.

Claude Code peut là aussi construire tout ça pour toi : les comptes utilisateurs, la base de données, le système de paiement par abonnement via Stripe...

C'est un projet plus ambitieux qu'un site-outil, mais tu pars avec un avantage énorme : tu as déjà le trafic et tu sais que le besoin existe, parce que des milliers de personnes utilisent déjà la version gratuite.

Actions à faire :

- Une fois que tu as lancé un bon nombre de sites, laisse passer plusieurs mois, puis identifie ceux qui reçoivent le plus de trafic. Tu pourras y ajouter de l'affiliation. Utilise le prompt fourni pour trouver des programmes pertinents.
- Pour ces mêmes sites, réfléchis à quels petits produits numériques pourraient les compléter. Note tes idées dans ton tableur. Le jour où tu

voudras les créer, l'IA pourra t'aider à les concrétiser en quelques heures.

- Ajoute une colonne “revenus supplémentaires” dans ton tableur de suivi. Tu y noteras les liens affiliés, les produits digitaux et les éventuelles versions payantes de chaque site.

- Garde l'idée du SaaS en tête pour plus tard. Si un de tes sites dépasse vraiment les autres en trafic et en engagement, c'est celui-là qui méritera d'être transformé en vrai produit.

CHAPITRE 14

PASSE À L'ACTION : TON PREMIER SITE SERA EN LIGNE AVANT CE SOIR

Tu as maintenant tout ce qu'il faut : tu as le système complet.

Dans six mois, tu auras peut-être déjà 150 ou 180 sites en ligne.

La plupart ne rapporteront pas grand chose, mais une poignée d'entre eux ont de bonnes chances de trouver leur place dans les résultats de Google, et de t'apporter des revenus passifs.

Et dans un an, certains de ces sites vaudront peut-être des milliers d'euros à la revente sur des places de marché spécialisées comme Flippa.

Par exemple, un site qui rapporte 200 euros par mois se revend entre 4 800 et 9 600 euros. Avec un portefeuille de plusieurs sites rentables, le chiffre peut vite monter...

Mais tout ça ne sera possible que si tu commences !

Tu as déjà choisi ta première idée. Tu as déjà les outils en place. Il ne te reste qu'à suivre ta routine quotidienne.

C'est une habitude à prendre, comme n'importe quelle autre :

Les premiers jours seront les plus lents, mais au bout d'une semaine, le process sera bien ancré.

Et au bout d'un mois, ça sera naturel pour toi de faire ça tous les jours !

Actions à faire :

- Si ce n'est pas encore fait, crée ton premier vrai site-outil dans la journée d'aujourd'hui. Même

s'il est imparfait, même si tu hésites encore sur la thématique.

- Bloque un créneau fixe dans ton agenda pour ta session quotidienne. Traite-le comme un rendez-vous non négociable.

- Ne modifie pas ton système avant d'avoir créé au moins 20 sites. Les ajustements précoces sont souvent des excuses déguisées pour ralentir. Fais d'abord tourner la machine, tu optimiseras ensuite.

- Reviens à ce guide chaque fois que tu en as besoin. Relis les chapitres sur les niches quand tu es à court d'idées, le chapitre sur les paliers quand un site décolle, et le chapitre sur les revenus supplémentaires quand tu voudras aller plus loin.

C'est à toi !

UNE DERNIÈRE CHOSE

Si tu veux continuer la lecture :

J'envoie un e-mail presque chaque matin aux personnes inscrites à ma newsletter.

Tu peux t'inscrire gratuitement ici et recevoir mes astuces, méthodes et stratégies à partir de demain :

<https://JeanRiviere.com>

Et tous mes autres livres sont disponibles ici :

<https://jeanriviere.com/livres>