



GUIDE GRATUIT

# 17 erreurs qui **tuent un livre IA** avant même sa publication

La checklist pour éviter les pièges que 90% des auteurs IA ne voient pas venir — avant qu'il ne soit trop tard.

# À lire avant d'appuyer sur "Publier"

Chaque mois, des milliers de livres écrits avec l'IA sont publiés sur Amazon KDP. La grande majorité n'atteindra jamais 10 ventes. Pas par malchance. Par erreurs évitables.

Ce guide n'est pas une liste théorique. Ce sont les 17 pièges concrets que je vois encore et encore chez les auteurs débutants qui se lancent sur KDP avec l'IA — peu importe leur niveau, leur niche ou leur budget.

La bonne nouvelle : ces erreurs sont toutes **identifiables** et **corrigeables** avant la publication. Mais une fois votre livre en ligne avec un titre raté, une couverture faiblarde ou un texte qui sent l'IA, le rattrapage devient compliqué : avis 1 étoile, algorithme Amazon qui vous déclasse, compte à risque.

J'ai classé les 17 erreurs **par ordre d'importance**, des plus fatales aux plus courantes. Les 5 premières sont celles qui suffisent, à elles seules, à condamner un livre. Les autres réduisent votre plafond de ventes.

## Comment utiliser ce guide

Lisez-le une première fois en entier pour repérer les erreurs que vous faites déjà. Puis utilisez la checklist en fin de document avant chaque publication, comme un pilote utilise sa check-list avant le décollage. Si une seule case n'est pas cochée — ne publiez pas.

## 01

FATALE

## Choisir une niche trop large ou non rentable

### LE PIÈGE

"Le développement personnel", "la cuisine", "la productivité" — ces sujets sont des océans rouges remplis de gros poissons. Un livre IA y est invisible dès le jour 1. À l'inverse, certaines micro-niches affichent une demande réelle avec une concurrence faible et amateur.

### LE TEST

Tapez votre sujet dans la barre Amazon. Si vous voyez des dizaines de livres de gros éditeurs et des best-sellers à plus de 1000 avis, et que votre angle ne ressort pas immédiatement comme différent → votre niche est trop large.

### LE RÉFLEXE CORRECT

Cherchez une **sous-niche précise** avec une demande mesurable et une concurrence imparfaite. Le bon créneau, ce n'est pas "la nutrition" — c'est "la nutrition pour femmes de 50+ en périménopause".

## 02

FATALE

## Écrire sans promesse claire pour le lecteur

### LE PIÈGE

Un livre qui essaie de "tout dire sur le sujet" ne dit rien à personne. Si votre lecteur ne peut pas répondre en une phrase à "*qu'est-ce que je vais gagner en lisant ça ?*", il n'achète pas — et s'il achète par erreur, il met 1 étoile.

### LE TEST

Complétez à voix haute : "*Ce livre permet à [cible précise] de [résultat concret] en [délai ou méthode unique].*" Si vous hésitez, si c'est flou, si c'est générique — vous n'avez pas de promesse.

### LE RÉFLEXE CORRECT

Écrivez votre promesse **avant** le sommaire. Elle doit tenir en une phrase et apparaître dans le titre, le sous-titre et les premières lignes de la description Amazon.

## 03

FATALE

## Ignorer les règles IA d'Amazon

### LE PIÈGE

Depuis 2023, Amazon exige que vous déclariez si votre contenu est "AI-generated" ou "AI-assisted" lors de la publication. Beaucoup d'auteurs cochent au hasard — ou mentent. Résultat : suspensions de comptes, livres retirés, parfois bannissement avec impossibilité de récupérer ses revenus.

### LE TEST

Êtes-vous capable d'expliquer la différence entre "AI-generated content" et "AI-assisted content" selon la définition d'Amazon ? Si non, vous naviguez à l'aveugle dans une zone qui peut tuer votre compte.

### LE RÉFLEXE CORRECT

Lisez les guidelines KDP avant votre première publication. **Déclarez honnêtement.** Un livre humanisé reste un livre "AI-assisted" — la déclaration ne vous pénalise pas commercialement, mais elle vous protège.

## 04

FATALE

## Publier un texte qui sent l'IA

### LE PIÈGE

"Dans le monde d'aujourd'hui...", "Il est important de noter que...", "En conclusion, il convient de souligner..." — ces tournures sont des balises rouges. Un texte IA brut a des patterns reconnaissables : transitions répétitives, listes à 3 éléments partout, vocabulaire neutre et plat.

### LE TEST

Lisez 3 paragraphes au hasard à voix haute. Si ça sonne comme un manuel scolaire ou un article Wikipédia — c'est mort. Un humain écrit avec du rythme, des phrases courtes, des images, des opinions tranchées.

### LE RÉFLEXE CORRECT

Humanisez systématiquement : éliminez les transitions IA, cassez le rythme régulier, ajoutez des anecdotes, des chiffres précis, votre voix personnelle. **L'IA écrit le premier jet, vous écrivez la version publiable.**

## 05

FATALE

## Négliger la couverture

### LE PIÈGE

Sur Amazon, votre couverture est votre premier (et souvent votre seul) argument de vente. Une miniature illisible, une typo générique Canva, un visuel IA cliché — et l'acheteur scrolle vers le concurrent. La couverture représente facilement 50% du taux de clic.

### LE TEST

Réduisez votre couverture à la taille d'une vignette de smartphone (environ 1cm de large). Le titre est-il lisible ? Le visuel est-il distinctif ? Posez la même question à 5 personnes hors de votre niche.

### LE RÉFLEXE CORRECT

Étudiez les **10 best-sellers de votre niche**, identifiez les codes visuels qui marchent, et faites mieux qu'eux — ou déléguez à un designer Fiverr/99designs. Une couverture pro coûte 50-150€ et change tout.

## 06

GRAVE

## Sauter l'étude de la concurrence

### LE PIÈGE

Vous avez une "super idée" et vous foncez. Sauf qu'une niche peut être saturée (impossible à pénétrer) ou morte (aucune demande). Sans étude concurrentielle préalable, vous écrivez à l'aveugle un livre que personne n'attend.

### LE TEST

Pouvez-vous citer les 5 livres concurrents directs sur votre niche, leur prix, leur BSR moyen, et ce qu'ils font de bien ou mal selon les avis ? Si non, vous n'avez pas étudié votre marché.

### LE RÉFLEXE CORRECT

Avant d'écrire une ligne : analysez les 10 premiers résultats Amazon sur vos mots-clés cibles. Lisez les avis 1, 2 et 3 étoiles — ils vous disent **ce qui manque dans la niche**.

## 07

GRAVE

## Bâcler le titre et le sous-titre

### LE PIÈGE

Un titre vague ou poétique sans bénéfice clair = invisible dans les recherches Amazon. Un sous-titre sans mots-clés = SEO mort. Beaucoup d'auteurs choisissent un titre "qui leur plaît" au lieu d'un titre **qui se vend**.

### LE TEST

Votre titre + sous-titre contiennent-ils : (1) une promesse claire, (2) la cible, (3) au moins un mot-clé que les gens tapent vraiment dans Amazon ? Si une réponse est non, retravaillez.

### LE RÉFLEXE CORRECT

Générez 30 titres avec l'IA, gardez-en 5, testez-les sur votre entourage et avec Publisher Rocket. Le sous-titre doit caser vos mots-clés principaux **sans sonner robotique**.

## 08

GRAVE

## Ne pas vérifier les sources et les faits

### LE PIÈGE

L'IA hallucine. Elle invente des études, des citations, des chiffres, des noms d'auteurs et même des références bibliographiques entières. Un seul fait inventé repéré par un lecteur dans un avis = votre crédibilité s'effondre.

### LE TEST

Prenez 5 affirmations factuelles dans votre livre (statistiques, citations, études, dates). Pouvez-vous les retrouver et les vérifier dans des sources fiables ? Si une seule vous résiste — elle est probablement fausse.

### LE RÉFLEXE CORRECT

Toute donnée chiffrée, citation ou référence générée par l'IA **doit être vérifiée à la source**. En cas de doute : reformulez sans le chiffre. Mieux vaut moins précis que faux.

09

GRAVE

## Mauvais choix de mots-clés et catégories KDP

### LE PIÈGE

KDP vous donne 7 mots-clés et 2 catégories. Beaucoup les remplissent au hasard avec des termes trop génériques ou totalement saturés. Résultat : votre livre n'apparaît dans aucune recherche pertinente.

### LE TEST

Tapez chacun de vos 7 mots-clés dans Amazon. Combien de résultats ? S'il y en a plus de 1000, c'est trop concurrentiel pour un livre neuf sans avis. S'il y en a moins de 50, il n'y a pas de demande.

### LE RÉFLEXE CORRECT

Choisissez des mots-clés à **longue traîne** (3-5 mots) avec demande prouvée et concurrence accessible. Pour les catégories : creusez les sous-sous-catégories où atteindre le top 100 est réaliste.

10

GRAVE

## Description Amazon faible ou non optimisée

### LE PIÈGE

La description Amazon est votre page de vente. Un bloc de texte plat sans formatage, sans accroche, sans bénéfices listés = taux de conversion divisé par 3. La plupart des auteurs traitent ça comme une corvée administrative.

### LE TEST

Votre description : (1) commence-t-elle par une accroche qui interpelle ? (2) Liste-t-elle les bénéfices en bullet points ? (3) Utilise-t-elle le HTML autorisé par Amazon ? (4) Termine-t-elle par un call-to-action ? Si non aux 4 → réécrivez.

### LE RÉFLEXE CORRECT

Structure copywriting : **accroche émotionnelle** → problème du lecteur → bénéfices listés → preuve/crédibilité → call-to-action. Et utilisez le HTML pour la lisibilité.

# 11

GRAVE

## Mise en page et expérience lecteur bâclées

### LE PIÈGE

Marges absurdes, polices fantaisistes, chapitres déséquilibrés, pas de table des matières fonctionnelle, pages légales oubliées. Votre lecteur Kindle se retrouve avec un livre qui "ne fait pas pro". Verdict : avis 1 étoile sur la mise en page, même si le contenu est bon.

### LE TEST

Ouvrez votre livre sur Kindle Previewer en mode smartphone, tablette et liseuse. Les chapitres s'enchaînent-ils proprement ? La table des matières est-elle cliquable ? Les sauts de page sont-ils nets ?

### LE RÉFLEXE CORRECT

Utilisez un template KDP éprouvé, vérifiez sur Kindle Previewer, ajoutez systématiquement : page de titre, copyright, table des matières cliquable, chapitres équilibrés, page "À propos de l'auteur".

# 12

GRAVE

## Ne pas définir une cible précise

### LE PIÈGE

"Mon livre s'adresse à tout le monde" = mon livre ne s'adresse à personne. Sans persona précis, votre ton flotte, vos exemples sont génériques, votre promesse est tiède. L'IA, sans cible claire, vous produit du contenu interchangeable.

### LE TEST

Décrivez votre lecteur idéal en 3 phrases : son âge, sa situation, son problème principal, sa peur, son rêve. Si vous n'arrivez pas à le faire — vous n'avez pas de cible.

### LE RÉFLEXE CORRECT

Créez un persona détaillé **avant** d'écrire. Donnez-lui un prénom. À chaque chapitre, demandez-vous : "*Est-ce que [prénom] retire quelque chose de concret de ces pages ?*"

# 13

COURANTE

## Vouloir écrire un livre trop long pour "faire pro"

### LE PIÈGE

L'idée fausse : "plus c'est long, plus ça fait sérieux". Réalité : un livre de 300 pages mal humanisé est 3 fois plus risqué qu'un livre de 80 pages percutant. Et l'épuisement à mi-parcours vous fait abandonner — ou pire, finir avec de l'IA brute pour boucler.

### LE TEST

Combien de pages exigent les best-sellers de votre niche ? La plupart des guides pratiques rentables font 80-150 pages. Au-delà, vous rajoutez du remplissage qui plombe la qualité.

### LE RÉFLEXE CORRECT

Visez le bon format pour votre niche, pas une longueur arbitraire. **Un livre court et excellent vaut 10 livres longs et tièdes.** Vous pourrez toujours faire un tome 2.

# 14

COURANTE

## Mauvais pricing

### LE PIÈGE

Trop cher : vous n'êtes pas reconnu, personne ne prend le risque. Trop bradé (0,99€) : vous signalez "produit bas de gamme" et vous sabotez votre perception. Beaucoup d'auteurs choisissent leur prix sans aucune logique de marché.

### LE TEST

Notez les prix des 10 livres concurrents directs sur votre niche. Calculez la médiane. Votre prix est-il dans une fourchette cohérente — idéalement légèrement en-dessous de la médiane pour un nouvel auteur ?

### LE RÉFLEXE CORRECT

Calez-vous sur la fourchette de votre niche. Pour un ebook non-fiction de qualité : généralement 4,99€ à 9,99€ (sweet spot KDP pour 70% de royalties). Jouez avec le pricing après les 30 premiers jours, pas avant.

## 15

COURANTE

### Pas de stratégie de lancement

#### LE PIÈGE

Vous publiez, vous attendez. Sans premiers avis dans les 7-15 jours, l'algorithme Amazon vous déclasse et le livre meurt avant d'avoir vécu. La fenêtre de lancement est courte et brutale.

#### LE RÉFLEXE CORRECT

Préparez votre lancement **avant** publication : ARC team (lecteurs bêta qui laisseront un avis honnête), prix promo de lancement, communication sur vos canaux. Visez 10-15 avis authentiques dans les 2 premières semaines.

## 16

COURANTE

### Ne pas tester sa couverture en miniature

#### LE PIÈGE

Votre couverture est belle en grand format A4 sur votre écran. Mais 95% des acheteurs la verront en miniature de 2cm sur leur téléphone. Si le titre devient illisible et le visuel confus à cette taille — vous perdez tous les clics.

#### LE RÉFLEXE CORRECT

Testez votre couverture **uniquement en miniature**. Le titre doit rester lisible, le visuel reconnaissable, l'ambiance distinctive. Si vous hésitez face à 5 concurrents en taille mini sur Amazon — retravaillez.

## 17

COURANTE

### Ignorer la page auteur Amazon

#### LE PIÈGE

Page auteur vide ou bâclée = perte d'autorité immédiate, pas de ventes croisées vers vos autres livres, et aucun moyen pour un lecteur fan de vous suivre. C'est gratuit et ça booste votre crédibilité — mais 70% des auteurs débutants l'oublie.

#### LE RÉFLEXE CORRECT

Créez votre page Author Central avec : photo pro, biographie qui raconte une histoire (pas un CV), liste de tous vos livres, liens vers vos réseaux. Activez la fonction "follow" pour capitaliser sur les lecteurs fidèles.

# Votre checklist avant de publier

Imprimez ou cochez cette liste. Si une seule case n'est pas cochée — ne publiez pas.

- 01** Ma niche est précise, avec une demande prouvée et une concurrence accessible.
- 02** Ma promesse au lecteur tient en une phrase claire et concrète.
- 03** Je connais et respecte les règles IA d'Amazon (déclaration honnête).
- 04** Mon texte est humanisé : aucun pattern IA évident à la lecture.
- 05** Ma couverture est pro, lisible en miniature et alignée avec ma niche.
- 06** J'ai analysé les 10 concurrents directs et identifié mon angle unique.
- 07** Mon titre + sous-titre contiennent promesse, cible et mots-clés.
- 08** J'ai vérifié toutes les données factuelles, citations et références.
- 09** Mes 7 mots-clés et 2 catégories KDP sont stratégiquement choisis.
- 10** Ma description Amazon est structurée en copywriting avec HTML.
- 11** Ma mise en page est testée sur Kindle Previewer (toutes tailles).
- 12** J'ai un persona précis qui guide chaque décision éditoriale.
- 13** La longueur du livre correspond aux standards de ma niche.
- 14** Mon prix est cohérent avec la médiane de ma niche.
- 15** J'ai une stratégie de lancement prête (ARC team, promo, comm).
- 16** Ma couverture est validée en taille miniature face aux concurrents.
- 17** Ma page Author Central est complète et soignée.



## Vous voulez la **méthode complète** pour éviter ces 17 pièges ?

Ce guide vous montre **les erreurs**. Mais éviter les erreurs ne suffit pas — il faut aussi savoir, étape par étape, comment trouver la bonne niche, écrire avec l'IA sans tomber dans les patterns, humaniser efficacement, créer une couverture qui convertit, et lancer votre livre pour qu'il vive au-delà du jour 1.

C'est exactement ce que je vous apprends dans **Book Machine** — la formation complète qui vous emmène de l'idée à un livre qui se vend sur Amazon, sans expérience préalable en écriture ou en publication.

**Important** : Book Machine est actuellement **fermée** aux nouvelles inscriptions.

Cependant, quelques places pourraient se libérer dans les prochains jours — certaines personnes sont en cours de finalisation de leur paiement, et toutes ne vont pas jusqu'au bout. Si une place se libère, elle ira aux personnes inscrites sur la liste d'attente, par ordre d'inscription.

Si vous voulez faire partie des premières personnes prévenues en cas d'ouverture d'une place, inscrivez-vous sur la liste d'attente :

[REJOINDRE LA LISTE D'ATTENTE](#)

Aucune obligation d'achat. Vous serez simplement informé(e) par email si une place se libère, et vous pourrez décider à ce moment-là.