



**DÉVELOPPER UN
SIDE-BUSINESS
QUAND ON EST
ÉTUDIANANT**

Stud'we
HUSTLE

Pourquoi entreprendre pendant ses études peut tout changer

Quand on est étudiant·e, on a souvent l'impression que tout est déjà assez compliqué : les cours à valider, les partiels, les petits boulots, les dettes étudiantes, la pression de “réussir sa vie”... Alors, pourquoi ajouter l'entrepreneuriat à cette équation ?

Je vais te dire la vérité : si tu lis ce guide aujourd'hui, c'est sûrement que toi aussi, tu ressens cet appel à faire plus, à créer, à t'émanciper, à prendre les devants plutôt que d'attendre qu'on te donne ta chance.

Moi aussi, j'ai commencé comme ça. Sans réseau, sans argent, sans idée claire. Juste avec l'intuition que je pouvais construire quelque chose à moi, même si je n'avais pas encore “fini” mes études.

Ce guide n'a pas pour but de te vendre du rêve. Il n'y aura pas de promesse magique de 10 000 € en deux mois ni de discours bidons sur le “mindset de millionnaire”.

Par contre, je vais te partager ce que j'aurais aimé savoir dès le début :

- Comment transformer tes compétences en offre concrète
- Comment trouver tes premiers clients
- Comment gérer les cours, les doutes, la fatigue, tout en avançant pas à pas
- Et surtout, comment construire un projet qui a du sens pour toi

Tu trouveras ici des conseils pratiques, des outils simples, mais aussi mes erreurs, mes galères, mes victoires, pour t'aider à créer ta propre version de l'entrepreneuriat étudiant.

Si tu es prêt·e à te lancer, ou simplement curieux·se de voir si c'est fait pour toi, alors tourne la page.

L'aventure commence maintenant.

— Eunice, une étudiante qui a décidé de se faire confiance

Sommaire

CHAPITRE 1 – Tout commence par ce que tu sais faire

- Mon histoire, de la découverte à mes premières missions
- Pourquoi il faut montrer ce que tu fais (même si ce n'est pas parfait)
- Encadré pratique : 3 questions pour faire le point sur tes compétences

CHAPITRE 2 – Lève les blocages, casse les croyances

- Pourquoi les entreprises ne sont pas aussi “carrées” qu'on le pense
- Ce que tu sais déjà faire est une solution pour quelqu'un

CHAPITRE 3 – Trouver une idée monétisable (sans t'inventer une vie)

- Comment j'ai transformé une demande en offre
- Le piège de “la grosse idée”
- Questions à poser à ta cible pour savoir si ton idée peut se vendre

CHAPITRE 4 – Clarifie ton offre, simplement

- L'importance d'une phrase claire à comprendre en 30 secondes
- Les 3 grands désirs universels à viser (temps, soulagement, accomplissement)
- Test de terrain : bouche à oreille, preuve sociale et feedbacks clients
- Erreurs à éviter quand tu définis ton offre

CHAPITRE 5 – Organisation, productivité & énergie

- Comment je gérais études + clients
- L'importance du temps bloqué (Notion, Google Agenda...)
- Travailler dans les creux (transports, créneaux libres, etc.)
- Ne pas sous-estimer le repos : éviter la fatigue chronique
- Astuce : plus une tâche est floue, plus tu vas procrastiner

CHAPITRE 6 – Fixer ses prix sans trembler

- Comprendre la valeur de ce que tu fais
- Mon déclic après avoir travaillé gratuitement
- Annoncer ses prix avec assurance
- Bonus : comment calculer son TJM (taux journalier moyen)

CHAPITRE 7 – Créer une offre irrésistible

- Déclencher le “oui” : poser les bonnes questions
- Créer un cadre de confiance et de clarté
- L’appel découverte : humaniser le lien
- Bonus : se positionner intelligemment (haut de gamme, aligné, etc.)

CHAPITRE 8 – Vendre sans vendre

- Comment rassurer ton client sans te justifier
- Le pouvoir du silence après l’annonce du prix

CHAPITRE 9 – Le plan d’action express en 7 jours

Un mini-formulaire pour passer à l’action dès cette semaine

- Questions ciblées pour t’aider à lancer ton activité en 1 semaine



CHAPITRE 1

Mon déclic — Pourquoi j'ai choisi de ne pas attendre la fin des études pour entreprendre

Quand j'ai commencé mes études supérieures, je n'avais pas vraiment de plan précis en tête. Je suis tombée un peu par hasard sur un DUT Métiers du Multimédia et de l'Internet (MMI). À première vue, c'était une formation généraliste, mais en y entrant, j'ai découvert un terrain de jeu immense : du code, du graphisme, de l'audiovisuel, de la communication...

Et surtout : j'ai découvert que ma passion pour la création.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Id velit ut tortor pretium viverra suspendisse potenti nullam. Duis ultricies lacus sed turpis tincidunt. Donec ultrices tincidunt arcu non sodales neque sodales. Vestibulum mattis ullamcorper velit sed ullamcorper morbi tincidunt ornare. Tincidunt id aliquet risus feugiat in ante metus dictum at. Bibendum at varius vel pharetra vel turpis nunc. Condimentum mattis pellentesque id nibh. Velit laoreet id donec ultrices tincidunt arcu non sodales. Feugiat pretium nibh ipsum consequat nisl.

ET LÀ, J'AI COMPRIS QUELQUE CHOSE DE FONDAMENTAL :

- Ce que j'apprenais à l'école pouvait se transformer en véritable service.
- Et ce que je faisais avec plaisir pouvait me rapporter de l'argent.

Je ne savais pas encore que je faisais du “freelance”. Mais j'ai appris en marchant : en répondant à leurs besoins, en m'adaptant, en testant. Puis j'ai enchaîné : identité visuelle, gestion de réseaux sociaux, création de contenu...

Et puis, il y a eu ce moment-clé :

Quand j'ai postulé pour une alternance, je me suis rendue compte que j'avais un portfolio bien plus rempli que la moyenne des étudiants à mon niveau. J'étais en deuxième année, mais j'avais déjà réalisé plusieurs projets concrets, pour de “vrais clients”.

Et c'est ça qui a fait la différence.

Et tu sais quoi ? Avec le recul, je souris en repensant à mes premiers logos. J'étais en train de me former au métier de graphiste, et à l'époque, j'étais fière du résultat. Mais aujourd'hui, je vois bien les erreurs.

Et pourtant, ce travail imparfait a permis à une personne de se lancer.

Elle n'était pas du métier, elle n'a pas vu les failles techniques.

Elle a juste vu une chose : un projet qui prenait enfin forme.

Ce que tu sais faire, même si ce n'est pas parfait, peut être une solution réelle pour quelqu'un.

Ce que je retiens de cette étape

Je n'ai pas attendu d'avoir un diplôme, un site internet, ou une carte de visite pour me lancer.

J'ai juste partagé ce que je faisais, avec sincérité.

Et les opportunités sont venues naturellement.

Aujourd'hui, s'il y a bien un conseil que je peux te donner, c'est celui-ci :

N'attends pas d'être "prêt·e" pour te lancer. Commence par partager.

Tu ne sais pas qui regarde. Tu ne sais pas à quel moment une personne va te faire confiance. Et parfois, il suffit d'un seul projet pour que tout bascule.

À TOI DE JOUER : 3 ACTIONS CONCRÈTES

1. Fais une liste de tes compétences naturelles ou apprises en cours. Même les plus "basiques" peuvent avoir de la valeur.
2. Choisis une création ou un projet dont tu es fier·e et partage-le aujourd'hui sur tes réseaux.
3. Parle de ce que tu fais à 2 personnes de ton entourage. Tu serais surpris·e du nombre d'opportunités qui dorment autour de toi.

3 QUESTIONS POUR FAIRE UN ÉTAT DES LIEUX

- Qu'est-ce que je sais faire aujourd'hui, même à un niveau débutant, que je pourrais proposer à quelqu'un ?
- Qu'est-ce que j'aime faire et que je referais même si ce n'était pas payé ?
- Qui, dans mon entourage ou mon réseau élargi, pourrait avoir besoin d'aide sur ce que je sais déjà faire ?



CHAPITRE 2

Déconstruire les idées reçues sur l'entrepreneuriat étudiant

Déconstruire les idées reçues sur l'entrepreneuriat étudiant

Quand on pense “entrepreneur”, on imagine souvent une personne adulte, costume bien taillé, bureau en open space avec salle de réunion vitrée. Quelqu'un de structuré, d'important, avec un agenda blindé, des responsabilités écrasantes... En tout cas, ça ne ressemble pas à une étudiante timide avec un ordi et Canva.

Avant de me lancer, je ne savais même pas que l'entrepreneuriat était une option. J'avais cette image très distante du “monde des affaires”, réservée à ceux qui avaient fait de longues études ou qui venaient d'un réseau “sérieux”.

Et moi ? Introvertie, réservée, étudiante dans un DUT trouvé un peu par hasard ? J'étais bien loin de tout ça.

Pourtant, j'avais une chose : des rêves. Des ambitions grandes, mais que je gardais dans ma tête.

Et puis, peu à peu, en travaillant sur des projets autour de moi, en partageant ce que je savais faire, j'ai compris que l'entrepreneuriat, ce n'était pas un monde fermé, c'était une autre voie possible. Une voie qu'on ne nous présente pas souvent, mais qui peut changer la donne.

“Concentre-toi sur tes études d'abord...”

Quand j'ai commencé, personne autour de moi ne parlait de freelance. Dans ma promo, j'étais probablement la seule à gérer des projets clients en parallèle des cours.

Et franchement, ça pouvait être intimidant. Tu passes pour “celle qui veut faire trop de trucs”, “celle qui se disperse”.

On me disait parfois que j'avais le temps, qu'il fallait d'abord valider mon diplôme, “être sérieuse”.

Mais en réalité, c'est justement pendant les études qu'on peut expérimenter. Qu'on a le moins à perdre. Qu'on peut faire des folies sans gros risque. (Dans la mesure des responsabilités qui te sont confiées bien sûr, chaque étudiant a un contexte différent).

Je n'ai jamais attendu d'avoir des mois entiers libres pour me lancer. J'ai utilisé les moments “creux” : un prof absent, un train annulé, une pause entre deux cours.

Pas à pas, projet après projet.

Et la claque de la réalité...

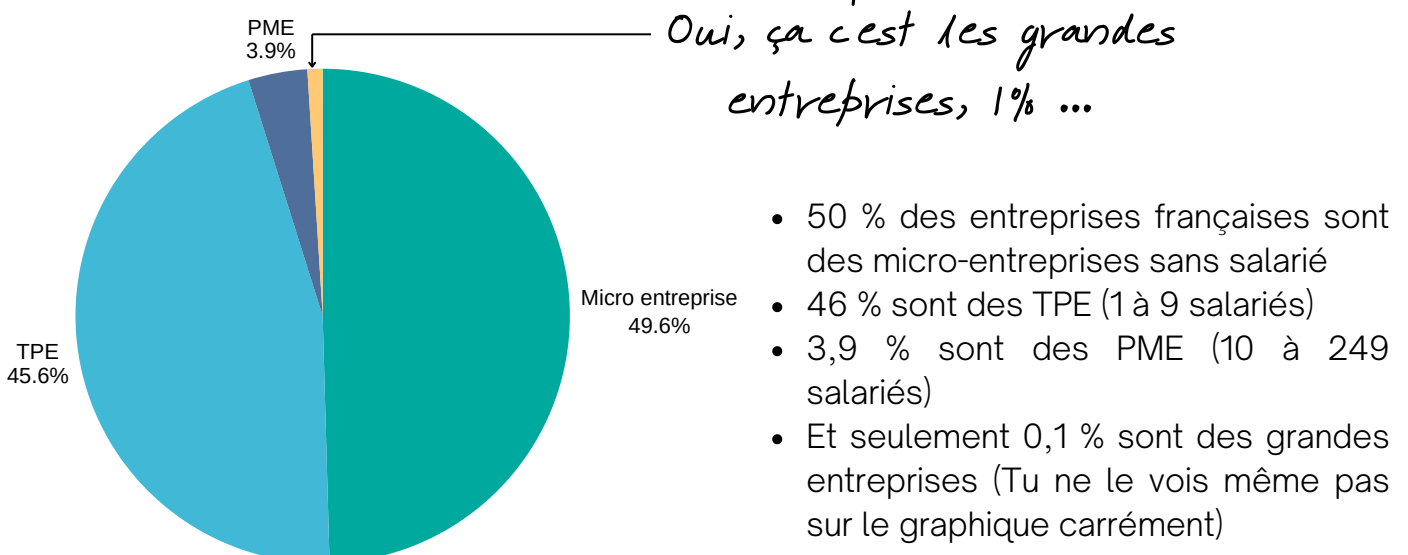
Ce qui freine beaucoup d'étudiants aujourd'hui, c'est le perfectionnisme.
Ils veulent "tout bien faire", avoir un site propre, un portfolio irréprochable, une stratégie en béton...
Mais la vraie vie, ce n'est pas ça.

J'ai découvert le monde professionnel en alternance, dans des petites entreprises.
Et j'ai compris une chose essentielle :

À l'intérieur, c'est le ghetto. (Oui, je pèse mes mots.)

On imagine des process bien huilés... mais non. C'est souvent de la débrouille.
Tout le monde utilise Gmail, Google Agenda, WhatsApp : comme toi quoi.
Les reportings appris à l'école ? Personne ne les lit sauf les managers des grosses boîtes qui s'ennuient.
L'important, ce n'est pas le PowerPoint.
C'est que le client soit satisfait. Point.
Ce qui compte, c'est l'action.
Une idée sans action est juste un rêve.
Tu ne peux pas prévoir quelle action va faire décoller ton activité.
Mais tu peux être sûr·e d'une chose :
Si tu ne passes pas à l'action, il ne se passera rien.

LA RÉALITÉ DES ENTREPRISES EN FRANCE (SOURCE : INSEE & BPIFRANCE, 2023)



Conclusion

Conclusion ?

- La majorité des entrepreneurs sont comme toi : débrouillards, flexibles, souvent seuls...
- Ce que tu sais faire peut déjà leur être utile, même si tu n'as pas encore "tout appris".

Mythe vs réalités

Ce que je croyais	Ce que j'ai découvert
Il faut un site, une marque pro, une stratégie béton	Il faut surtout une première action concrète
Il faut être extraverti·e pour réussir	Tu peux être introverti·e et créer ta place
Les pros savent tout faire parfaitement	Ils improvisent souvent comme toi
Il faut finir ses études avant de lancer un projet	C'est justement pendant les études que tu peux oser
Les clients veulent la perfection	Les clients veulent avancer, et être compris



CHAPITRE 3

Trouver une idée simple et rentable (même sans budget)

Trouver une idée simple et rentable (même sans budget)

On entend souvent qu'il faut "trouver une bonne idée" pour se lancer. Comme si on devait attendre un moment d'illumination, une idée brillante, unique, qui résout tout. Mais dans la réalité, ce n'est pas comme ça que ça fonctionne.

Une idée rentable ne sort pas de nulle part. Elle émerge d'un besoin réel que tu identifies chez quelqu'un d'autre, pas uniquement dans ta tête.

Commencer par ce que tu sais déjà faire

De mon côté, tout est parti d'un exercice scolaire.

En DUT MMI, j'ai appris la PAO, et j'ai réalisé des affiches, flyers, et logos. J'ai commencé à mettre en pratique dans une association, puis à l'église. Un jour, un fidèle m'a demandé un logo pour son projet. Ce n'est pas moi qui ai "eu une idée".

C'est le besoin de l'autre qui a révélé ce que je pouvais proposer.

Et c'est là que j'ai compris : tu n'as pas besoin d'attendre de tout planifier pour créer une offre. Réponds à une demande concrète, et tu verras que l'idée se clarifie d'elle-même.

Une idée rentable, ce n'est pas une bonne idée : c'est une idée qui sert

Tu peux avoir une idée brillante, belle sur le papier, mais si personne ne ressent réellement le problème que tu veux résoudre, personne ne paiera pour y répondre.

Ce qui rend une idée rentable, ce n'est pas sa nouveauté ni sa créativité.

C'est le fait qu'elle s'attaque à un problème que quelqu'un a aujourd'hui, et pour lequel cette personne est prête à chercher une solution.

C'est aussi simple que ça.

Aujourd'hui, on vit dans un monde de bruit, de compétition, d'images, d'algorithmes.

Et la majorité des marques, projets ou entreprises cherchent à se démarquer. La demande est partout : communication, création de contenu, organisation, gestion des réseaux sociaux, outils IA...

Mais pour y répondre, tu dois d'abord comprendre ce qui bloque réellement la personne en face.

OBSERVER ET ÉCOUTER : LE POINT DE DÉPART DE TOUT PROJET UTILE

L'entrepreneuriat c'est répondre à un problème, rien d'autre.

Tu n'as pas besoin d'inventer. Tu as besoin d'écouter !

La plupart des étudiants passent à côté d'idées très simples, mais puissantes, parce qu'ils veulent créer quelque chose de "grand" ou d'original.

Mais les meilleures idées viennent souvent de ce qui nous entoure :

- Des proches qui galèrent à gérer leur emploi du temps
- Des étudiants qui veulent se lancer mais n'osent pas poster sur les réseaux
- Des associations qui n'ont personne pour mettre en page un document ou envoyer une newsletter

Et surtout, avec l'essor des outils digitaux et de l'intelligence artificielle, on vit une période de rupture.

Un peu comme au début du bitcoin : certains ignoraient, d'autres ont investi. Ceux qui ont agi ont pris de l'avance.

Ne tombe pas dans le piège de l'idée "doudou"

Il y a un piège courant : croire qu'on a une idée géniale parce qu'on y croit très fort.

Mais tant que tu n'as pas confronté ton idée au terrain, tu ne sais pas si elle est vraiment utile.

Ce que tu crois être le problème n'est peut-être pas perçu comme un problème par ta cible.

Et ce que tu crois être une solution peut être trop éloigné de leur réalité.

C'est pour ça qu'il faut parler avec les gens que tu veux aider, poser des questions, écouter leurs maux, comprendre leurs freins, leur manière de penser.

Tu ne peux pas forcer quelqu'un à acheter une solution à un problème qu'il ne reconnaît pas.

QUESTIONS À POSER POUR VALIDER TON IDÉE

Ces questions peuvent t'aider à comprendre les vrais besoins et à éviter les suppositions :

1. Qu'est-ce qui te fait perdre le plus de temps ou d'énergie en ce moment ?
2. Est-ce qu'il y a quelque chose que tu veux lancer ou améliorer, mais tu ne sais pas par où commencer ?
3. As-tu déjà envisagé de payer quelqu'un pour t'aider à résoudre ça ? Pourquoi ?
4. Qu'est-ce qui t'empêche aujourd'hui de passer à l'action ?
5. Si on t'aidait à régler ce problème, qu'est-ce qui serait le plus important pour toi ?
6. Qu'est-ce qui te ferait dire : "Là, je suis prêt(e) à payer" ?

Le but n'est pas de convaincre, mais de comprendre.

Plus tu entends ce que les gens vivent vraiment, plus tu peux construire une idée qui a de la valeur.

Le but n'est pas de convaincre, mais de comprendre.

Plus tu entends ce que les gens vivent vraiment, plus tu peux construire une idée qui a de la valeur.

Ce que tu dois retenir

Tu ne trouveras pas une idée rentable dans ta tête.

Tu la trouveras dans les conversations, dans les échanges, dans les besoins mal comblés.

Observe. Écoute. Pose des questions.

Et commence petit. Une idée imparfaite mais utile vaut toujours mieux qu'un concept brillant jamais testé.



CHAPITRE 4

Créer une offre claire et la tester rapidement

Une des plus grandes erreurs des débutants, c'est de croire qu'une offre, c'est un joli PDF, un site professionnel ou une stratégie de lancement ultra construite.

Mais en réalité, une offre claire tient en une seule phrase.

Si ce que tu proposes ne peut pas être compris en moins de 30 secondes, tu risques de passer à côté de nombreux clients.

Les gens n'achètent pas une compétence. Ils achètent un soulagement.

UNE OFFRE, C'EST UN SOULAGEMENT

Quand une personne achète un service, elle cherche à se libérer de quelque chose :

- D'un problème qu'elle n'arrive pas à résoudre seule
- D'un stress mental ou émotionnel
- D'un blocage technique, d'un manque de temps ou de clarté

C'est pour ça que ton offre ne doit pas être tournée vers toi, mais vers ce que la personne en face veut éviter ou obtenir.

Tu peux utiliser cette structure ultra simple pour formuler ton offre en une phrase :

Le format d'une offre claire (à retenir)

“J'aide [cible] à [résultat concret] grâce à [ta méthode ou ton outil].”

Exemples :

- J'aide les jeunes marques à créer une identité visuelle professionnelle en une semaine, grâce à mon processus Notion + Canva.
- J'aide les étudiants à structurer leur organisation de travail grâce à des templates Notion simples et efficaces.
- J'aide les créatrices de contenu à déléguer leur Instagram pour qu'elles gagnent du temps sans perdre leur authenticité.

Pas besoin d'en faire plus. Ce que la personne veut, c'est savoir si tu peux l'aider — et comment.

Comment j'ai testé mes premières offres

Au départ, tout est passé par le bouche-à-oreille. Un travail bien fait attire des recommandations.

Quand une personne est satisfaite, elle te recommande. Et si tu fais bien ton travail, tu construis un bouche-à-oreille solide, même sans communauté.

Mais j'ai aussi utilisé les réseaux sociaux. À chaque mission terminée, je demandais un retour client

Et je le partageais.

Un simple message de satisfaction peut convaincre la personne suivante.

Ce qui fait vendre, ce ne sont pas seulement tes compétences, c'est la preuve que tu as déjà aidé quelqu'un d'autre à avancer.

Comment savoir si ton offre fonctionne ?

Une offre fonctionne quand elle ne déclenche pas de résistance :

- La personne comprend tout de suite ce que tu proposes
- Elle ne négocie pas
- Elle sent que ça correspond à ce qu'elle cherche
- Elle passe à l'action rapidement

Une offre floue ou mal positionnée, au contraire, crée des silences, des “je vais réfléchir”, ou des discussions interminables sur les tarifs.

(PS : généralement si la personne pose trop de questions, elle n'achètera pas).

Les erreurs que j'ai faites (et que tu peux éviter)

1. Adapter mes prix à chaque client.
2. Tu dois définir un tarif qui correspond à ton temps, ton expertise et ton objectif financier.
3. Un prix trop bas ne donne pas envie. Ce n'est pas juste une question de revenus, c'est aussi une question de crédibilité.
4. Être trop perfectionniste.
5. Bien sûr, tu veux faire du bon travail. Mais parfois, tu mets une pression inutile sur toi-même.
6. La vérité, c'est que beaucoup de clients sont satisfaits avant même que tu aies atteint ton propre niveau d'exigence.
7. Apprends à livrer ce qui est utile, pas ce qui est “parfait” à tes yeux.

Ce que je dirais à un étudiant qui lance sa première offre

N'attends pas d'être prêt.

Formule ton offre, parle-en, expose-toi.

Ce n'est pas dangereux. Personne ne va te voler ton idée.

Au contraire, tu recevras des retours précieux qui vont t'aider à affiner ton message et ton positionnement.

Plus tu partages, plus tu comprends ce qui parle à ta cible.

Et c'est comme ça qu'on passe d'une compétence à une vraie activité

Structure bonus : ta première offre sur mesure

Tu peux te baser sur ce petit canevas pour tester rapidement une offre :

1. À qui tu t'adresses ?
2. Quel problème cette personne rencontre en ce moment ?
3. Comment tu peux l'aider concrètement ?
4. Quel format tu proposes (coaching, service, produit, accompagnement, template...) ?
5. Quel résultat elle peut attendre de ton accompagnement ?
6. Combien de temps ça dure ? Combien ça coûte ?

À faire maintenant

Teste cette version en story Instagram, en post LinkedIn,
ou même à l'oral avec ton entourage.

Ce qui compte, ce n'est pas d'avoir la version parfaite,
mais d'avoir une version testée.



CHAPITRE 5

Concilier études et projet sans t'épuiser

Concilier études et projet sans t'épuiser

Gérer un projet entrepreneurial en parallèle des études peut sembler difficile, voire épuisant. Pourtant, il existe des méthodes simples pour avancer efficacement sans sacrifier ton énergie ni ta santé mentale.

Mon organisation au quotidien

Pour maximiser mon temps sans m'épuiser, j'ai appris à utiliser les moments disponibles intelligemment. Par exemple, dans les transports en commun, je faisais toutes les tâches possibles depuis mon téléphone : répondre à des messages, créer des visuels simples, prendre des notes ou planifier ma journée.

À la maison, dès que je rentrais après les cours ou le travail, je bloquais une heure pour avancer. C'était une routine. Une heure de concentration, avant de complètement déconnecter pour préserver mon énergie.

Le matin, je préférais ne pas travailler. C'est le moment où le cerveau est le plus frais, et je ressentais le besoin de commencer mes journées dans le calme pour rester performante. En revanche, en fin de journée, après l'école ou le travail, je pouvais rester un peu plus longtemps sur mon lieu de stage ou chez moi pour avancer concrètement sur mes projets.

Et parfois, quand j'avais bien avancé, je profitais du retour dans les transports pour me reposer, voire dormir. C'est une forme d'équilibre : alterner entre effort et récupération.

Un point d'attention important : pendant tes heures de travail salarié ou de stage, tu es tenu à un devoir de loyauté. Ce que tu fais durant ce temps doit être en lien avec ta mission. Ce principe d'intégrité est encadré par le Code du travail (article L1222-1).

Ce qui m'aide à tenir : planification et clarté

Deux outils m'ont été particulièrement utiles : Notion et Google Agenda. Je les utilisais pour bloquer du temps dédié à chaque tâche. Par exemple : une heure pour un projet client, deux heures pour réviser, 30 minutes pour publier sur les réseaux. Quand tu bloques ce temps dans un agenda, tu ne le subis pas : tu l'anticipes.

Et quand je ressentais une surcharge, je revenais à l'essentiel : le papier. Noter à la main permet de poser son esprit, de clarifier ses priorités. J'ai aussi remarqué qu'une tâche mal définie donne envie de procrastiner. Plus c'est vague, moins on agit. Il faut se noter des choses précises. Par exemple :

✗ "Avancer le projet client" → vague

✓ "Rédiger l'introduction du livret + relire le brief" → concret, motivant

Et conseil d'ami, chronomètre tes tâches dès le départ, pour voir ton évolution et surtout mettre un juste tarif.

Oui, j'ai connu des périodes de fatigue intense. L'entrepreneuriat cumulé à la vie étudiante et aux livrables crée parfois un stress permanent. Et quand tu n'as pas une organisation solide, tu entres vite dans un cercle de procrastination, de culpabilité, puis d'épuisement.



Dans ces moments, j'ai appris à dire stop. À faire une pause volontaire. Refuser les projets pendant quelques jours ou semaines. Informer mes clients ou mes proches : "Je suis en pause, je reviens bientôt, n'hésitez pas à me relancer à ce moment-là." (Et si tu as un contact qui propose les mêmes services que toi, c'est le moment de faire une passe D, on s'élève ensemble ici)

Et surtout, se rappeler que le projet entrepreneurial n'est pas censé tout dominer. En tant qu'étudiant, tu n'as pas une entreprise à temps plein. Tu développes une activité complémentaire, à ton rythme.

Vendre son expertise plutôt que son temps

Au début, j'ai vendu mon temps. C'était formateur. J'ai appris à gérer des projets, à respecter des délais, à améliorer ma qualité de service. Mais avec le recul, j'aurais cherché plus tôt à structurer mes offres autour de mon expertise, et non de mes heures disponibles.

Pourquoi ? Parce qu'un client ne paie pas ton temps, il paie un résultat. Plus vite tu comprends ça, plus tu peux construire une activité qui tient dans la durée, sans t'épuiser à la tâche.



CE QUE JE REFERAIS :

- Utiliser les moments disponibles (trajets, temps d'attente) pour avancer intelligemment.
- Prendre l'habitude de bloquer du temps dans un outil comme Google Agenda ou Notion pour ne pas être en réaction permanente.
- Me donner une vraie heure de focus en rentrant chez moi, avant de décrocher pour la soirée.

CE QUE JE CHANGERAIS :

- Arrêter de m'adapter à tous les clients, notamment en baissant mes prix.
- Me donner le droit de faire des pauses sans culpabilité.
- Commencer plus tôt à vendre des produits ou des formats qui ne dépendent pas uniquement de ma présence.



CHAPITRE 6

Syndrome de l'imposteur, comparaison et confiance en soi

STOP

Tu peux être compétente, avoir des résultats, des retours positifs, et pourtant, ressentir un malaise dès qu'il s'agit de te vendre, de prendre la parole en ligne, ou même de te considérer comme une vraie entrepreneure. Ce sentiment porte un nom : le syndrome de l'imposteur. Et il est beaucoup plus courant qu'on ne le pense.

CE SENTIMENT DE NE PAS ÊTRE “À LA HAUTEUR”

Tu peux être compétente, avoir des résultats, des retours positifs, et pourtant, ressentir un malaise dès qu'il s'agit de te vendre, de prendre la parole en ligne, ou même de te considérer comme une vraie entrepreneure. Ce sentiment porte un nom : le syndrome de l'imposteur. Et il est beaucoup plus courant qu'on ne le pense.

Quand j'ai commencé, j'étais encore étudiante. J'apprenais le métier, je découvrais à peine les outils de la communication, du graphisme, du digital. Et pourtant, on venait vers moi pour que je crée un logo, une identité visuelle, une stratégie.

Et c'est là que le doute s'installe.

Pourquoi moi ? Est-ce que je suis assez qualifiée ? Est-ce que je ne suis pas en train de “jouer à l'entrepreneure” ?

À l'école ou à l'université, on nous apprend à valider des acquis. Dans l'entrepreneuriat, on doit se valider soi-même. Il n'y a pas de note, pas de diplôme pour dire “c'est bon, tu peux y aller”.

Et c'est justement ce flou qui rend l'imposture si présente.

LA COMPARAISON SILENCIEUSE

Sur les réseaux, on voit des freelances qui ont 10 ans d'expérience, des créateurs de contenu avec des milliers d'abonnés, des gens qui annoncent 10 000 euros de chiffre d'affaires en freelance... Et toi, tu te demandes si tu dois poster ou non ton premier visuel Canva.

Ce que les réseaux ne montrent pas, c'est les coulisses, le temps, et les sacrifices.

Pendant mes études, j'ai beaucoup regardé ce que faisaient les autres. Mais plus je regardais, plus je me sentais paralysée. À force de voir “mieux”, tu oublies que ce que tu fais est déjà “bien”.

Et parfois, le meilleur moyen de regagner confiance, c'est justement de lever les yeux de ce que font les autres, et de revenir à ce que toi, tu veux faire, à ton rythme.

CE QUI M'A AIDÉE À POSER DES BASES SOLIDES

J'ai compris que ma valeur ne dépendait pas de ce que je montrais, mais de ce que je savais faire. Et les retours de mes premiers clients m'ont aidée à ancrer cette réalité.

Ils étaient satisfaits. Soulagés.

Ils m'ont remerciée.

Même si moi, je pensais que je pouvais faire "mieux".

C'est ce genre de moment qui m'a permis de renforcer ma légitimité, petit à petit.

Et puis, j'ai commencé à documenter mon parcours, à poser mes idées à l'écrit, à parler plus librement de ce que je vivais. C'est en mettant des mots que j'ai repris le pouvoir.

La légitimité ne vient pas d'un diplôme ou d'un montant sur Stripe.

Elle vient de l'impact que tu as, même auprès d'une seule personne.

COMMENT JE GÈRE ENCORE CES PENSÉES AUJOURD'HUI

Oui, elles reviennent parfois.

Quand je monte une nouvelle offre. Quand je parle d'un projet plus ambitieux. Quand je me compare sans le vouloir.

Mais aujourd'hui, j'ai appris à répondre à ces pensées.

Pas à les fuir, mais à les recadrer.

Je me rappelle que je suis encore en construction, que je n'ai pas besoin d'avoir tout "validé" pour avoir le droit de transmettre, de créer, d'accompagner.

J'ai aussi appris à poser des limites :

- Consommer moins de contenu quand je sens que je me compare trop
- Me recentrer sur mes clients, mes projets, mon pourquoi
- Célébrer les petites victoires, même discrètement !

Tu as le droit de douter.

Mais ce doute n'annule pas ta compétence. Il fait juste partie du chemin.

Tu ne dois pas attendre de te sentir totalement confiant·e pour agir.

C'est l'action qui renforce la confiance, pas l'inverse.

Et plus tu passes à l'action, plus tu réalises que tu es capable, utile, et légitime.

La personne que tu vas aider ne se demande pas si tu as 5 ans d'expérience. Elle se demande si tu peux lui simplifier la vie. Soulager un blocage. Résoudre un problème.

Et ça, tu peux le faire dès aujourd'hui.

5 PHRASES À SE RÉPÉTER POUR RETROUVER CONFIANCE

Tu peux les écrire sur un post-it, dans ton téléphone, ou dans ton espace Notion. Lis-les à voix haute quand tu doutes, ou relis-les avant de poster, pitcher ou lancer quelque chose.

1. Je n'ai pas besoin d'être parfaite pour être utile.
2. Mon expérience, aussi limitée soit-elle, peut déjà servir quelqu'un.
3. Ce que je sais faire aujourd'hui vaut quelque chose.
4. Je n'ai pas à me comparer à ceux qui ne vivent pas ma réalité.
5. Chaque action me rapproche de la personne que je suis en train de devenir.



CHAPITRE 7

Créer une offre irrésistible et augmenter ses prix

Quand on débute, on pense qu'il faut proposer des petits prix pour attirer des clients. Et c'est vrai que ça peut aider à décrocher ses premières missions. Mais à un moment, une question finit par s'imposer :

Est-ce que je me sens respecté·e dans cette offre ?

C'est souvent cette sensation — ou son absence — qui marque le passage de l'étudiant·e prestataire débutant·e à l'entrepreneur·e affirmé·e.

CE QUI M'A POUSSÉE À AUGMENTER MES PRIX

J'ai commencé avec des tarifs très accessibles, comme beaucoup. L'idée, c'était d'accumuler de l'expérience et de créer mon portfolio. Mais j'ai vite compris que ce modèle ne tiendrait pas à long terme.

Un jour, j'ai travaillé sur un projet complet... et je n'ai jamais été payée. J'y avais mis du temps, de l'implication, et le pire, c'est que j'avais été trop confiante.

Ça a été un déclic.

J'ai compris qu'un prix trop bas ne protège pas.

Et surtout, j'ai réalisé que mon tarif ne reflétait pas seulement un service : il reflétait mon niveau d'exigence, mon professionnalisme, ma vision.

Aujourd'hui, je ne fixe plus mes prix à la légère.

Je les pense en fonction de la valeur que je délivre, de ma vision long terme, et surtout, du respect mutuel que je veux installer dès le premier échange.

UNE OFFRE IRRÉSISTIBLE, C'EST D'ABORD UNE RELATION DE CONFIANCE

Tu veux qu'on t'écoute, qu'on achète ton service ?

Commence par écouter profondément ton prospect.

Quand j'échange avec un client, je fais toujours un appel en visio. Voir le regard, le sourire, sentir la présence de l'autre, ça crée une connexion réelle. L'appel découverte est un moment clé. Je ne parle pas tout de suite de mes services, je pose d'abord ces questions :

- Quel est ton objectif ?
- Quel est ton plus gros blocage aujourd'hui ?
- Si tu continues à travailler comme tu le fais, est-ce que tu atteindras ton objectif ?
- Si tu ne trouves pas de solution maintenant, où seras-tu dans 3 mois ?
- Qu'est-ce qui te manque aujourd'hui pour avancer ?

Quand tu annonces un prix, ne justifie pas. Ne t'excuse pas.

Annonce-le simplement, puis laisse un silence.

Ce silence est inconfortable... mais nécessaire.

Si tu paniques, tu invites l'autre à négocier.

Si tu restes stable, tu envoies un message clair : ton prix n'est pas une proposition à discuter, c'est la juste valeur du service que tu proposes.

Et s'il y a un frein ?

Laisse ton client proposer une solution de paiement, mais sans jamais baisser ton prix.

COMMENT FIXER SES PRIX : LES BASES

Pour la prestation de service : calcule ton TJM

Ton TJM (tarif journalier moyen) doit inclure :

-
- Le temps de production (création, livraison)
- Le temps non facturé (échanges, préparation, déplacement, suivi)
- Ton objectif financier mensuel
- Tes charges (outils, matériel, URSSAF, etc.)

Par exemple :

Tu veux te verser 1500 € / mois. Tu veux travailler 3 jours facturables / semaine.

Tu dois viser un TJM d'au moins $1500 / (3 \text{ jours} \times 4 \text{ semaines}) = 125 \text{ €}$ minimum par jour travaillé, hors charges.

Tu peux aussi proposer des forfaits plutôt que du TJM, mais le calcul t'aide à rester aligné avec tes objectifs.

Pour un produit digital : regarde le marché et positionne-toi

Tu ne fixes pas le prix d'un e-book comme celui d'une prestation sur-mesure. Mais tu dois quand même adopter une logique stratégique.

1. Étudie les produits similaires : observe leurs prix, leur format, leur promesse, leur design, leur durée de vie.
2. Choisis ton positionnement :
3.
 - Haut de gamme : prix élevé + forte promesse + packaging professionnel + vraie transformation
 - Aligné au marché : même gamme que les produits similaires, mais avec une touche différenciante (bonus, style, format)
 - Disruptif / prix bas : possible, mais attention : cela peut décrédibiliser ton produit et déséquilibrer le marché. À éviter sauf stratégie bien pensée.

CE QUE JE DIRAIS À UN·E ÉTUDIANT·E QUI N'OSE PAS AUGMENTER SES PRIX

Tu ne seras jamais “prêt” à augmenter tes tarifs si tu attends une validation extérieure.

Mais rappelle-toi ceci :

Ce que tu proposes soulage quelqu'un.

Et ce soulagement a une valeur.

Si tu ne la reconnais pas, ton client ne la reconnaîtra pas non plus.

Commence avec un tarif que tu peux assumer pleinement, sans gêne, sans t'excuser. Et monte progressivement.

Ton expérience va grandir, ta posture va évoluer, et ton tarif aussi.

Quand on débute, on pense qu'il faut proposer des petits prix pour attirer des clients. Et c'est vrai que ça peut aider à décrocher ses premières missions. Mais à un moment, une question finit par s'imposer :

Est-ce que je me sens respecté·e dans cette offre ?

C'est souvent cette sensation — ou son absence — qui marque le passage de l'étudiant·e prestataire débutant·e à l'entrepreneur·e affirmé·e.

CE QUI M'A POUSSÉE À AUGMENTER MES PRIX

J'ai commencé avec des tarifs très accessibles, comme beaucoup. L'idée, c'était d'accumuler de l'expérience et de créer mon portfolio. Mais j'ai vite compris que ce modèle ne tiendrait pas à long terme.

Un jour, j'ai travaillé sur un projet complet... et je n'ai jamais été payée. J'y avais mis du temps, de l'implication, et le pire, c'est que j'avais été trop confiante.

Ça a été un déclic.

J'ai compris qu'un prix trop bas ne protège pas.

Et surtout, j'ai réalisé que mon tarif ne reflétait pas seulement un service : il reflétait mon niveau d'exigence, mon professionnalisme, ma vision.

Aujourd'hui, je ne fixe plus mes prix à la légère.

Je les pense en fonction de la valeur que je délivre, de ma vision long terme, et surtout, du respect mutuel que je veux installer dès le premier échange.

UNE OFFRE IRRÉSISTIBLE, C'EST D'ABORD UNE RELATION DE CONFIANCE

Tu veux qu'on t'écoute, qu'on achète ton service ?

Commence par écouter profondément ton prospect.

Quand j'échange avec un client, je fais toujours un appel en visio. Voir le regard, le sourire, sentir la présence de l'autre, ça crée une connexion réelle. L'appel découverte est un moment clé. Je ne parle pas tout de suite de mes services, je pose d'abord ces questions :

- Quel est ton objectif ?
- Quel est ton plus gros blocage aujourd'hui ?
- Si tu continues à travailler comme tu le fais, est-ce que tu atteindras ton objectif ?
- Si tu ne trouves pas de solution maintenant, où seras-tu dans 3 mois ?
- Qu'est-ce qui te manque aujourd'hui pour avancer ?



CHAPITRE 8

Ce que je referais (*ou pas*) si je devais recommencer

Si je devais tout reprendre depuis le début, je referais certaines choses exactement comme je les ai vécues. D'autres, je les aborderais différemment, sans hésiter.

CE QUE JE REFERAIS SANS RÉFLÉCHIR

Je referais mes débuts dans l'action. Partir de ce que je savais faire, répondre aux besoins autour de moi, apprendre en marchant.

Je referais le fait de parler de ce que je fais, même quand ce n'était pas parfait.

Et je referais mes premières offres, simples mais concrètes, qui m'ont permis de progresser vite et de gagner en confiance.

CE QUE JE FERAIS AUTREMENT

J'arrêterais de m'adapter à tous les clients.

Je poserais plus tôt un cadre, un tarif juste, des conditions claires.

Et surtout, j'apprendrais à dire non dès que je sens que ce n'est pas aligné, même si ça veut dire refuser de l'argent à court terme.

Je ne vendrais plus uniquement mon temps, mais je structurerais dès le début une partie de mon activité autour de mon expertise (produits digitaux, accompagnement, templates...). C'est ce qui libère, sur le long terme.

Ce que je ne referais plus

- Travailler sans contrat.
- Fixer un tarif à la tête du client.
- Sous-estimer ma valeur juste pour "avoir un projet en plus".
- Et surtout : attendre d'être totalement prête pour me lancer.
-

Ce que je conseillerais

Avance. Pose des limites. Et protège ton énergie.

**CE N'EST PAS TON ÂGE NI TON STATUT
ÉTUDIANT QUI DÉFINISSENT TA LÉGITIMITÉ,
MAIS LA VALEUR RÉELLE QUE TU APPORTES
AUX AUTRES.**



CHAPITRE 9

Ce que je referais (*ou pas*) si je devais recommencer

ET MAINTENANT ? LANCER TON ACTIVITÉ EN 7 JOURS.

Tu viens de lire ce guide, tu as les clés. Maintenant, le plus important : passer à l'action. Voici 7 blocs de réflexion, un par jour, pour poser les bases de ton activité sans te perdre dans les détails.

Tu peux répondre dans un carnet, dans un Google Doc, ou directement dans Notion. L'important, c'est de ne plus rester au stade des idées.

Jour 1 – Ton point de départ

- Quelles sont les 2 à 3 compétences que tu maîtrises aujourd'hui ?
- Dans quelles situations on te demande souvent de l'aide ?
- Quels sujets t'intéressent tellement que tu pourrais y passer des heures sans être payé·e ?

Jour 2 – Ta cible

- Qui peux-tu aider concrètement avec ces compétences ?
- Quel est son plus gros problème actuel ?
- Où cette personne passe-t-elle son temps (réseaux, forums, lieux physiques) ?

Jour 3 – Ton offre simple

- Quelle transformation peux-tu lui apporter en une phrase ?
- Format : "J'aide [cible] à [résultat concret] grâce à [ton approche]"
- Quel est le format de ton offre ? (service, template, accompagnement, etc.)
- Quelle est la durée moyenne de ton accompagnement ou service ?

Jour 4 – Ton tarif

- Combien aimerais-tu gagner par mois ?
- Combien de jours ou missions veux-tu facturer par semaine ?
- À partir de là, quel tarif minimum dois-tu appliquer ?
- Ce prix te semble-t-il aligné avec la valeur que tu apportes ?

Jour 5 – Ton image et ton canal

- Sur quel réseau vas-tu communiquer ?
- Quelle photo ou visuel vas-tu utiliser pour te présenter ?
- Comment veux-tu que les gens te perçoivent ? (pro, dynamique, accessible, inspirant...)
- Crée aujourd'hui un premier post ou story pour dire ce que tu proposes.

Jour 6 – Ton message de vente

- Quelles 2 phrases vas-tu dire (ou écrire) pour expliquer ce que tu fais ?
- Prépare une version écrite (bio Insta, post, message privé)
- Prépare une version orale (pitch rapide si quelqu'un te pose la question)

Jour 7 – Ta première action visible

- À qui vas-tu parler de ton offre aujourd'hui ?
- Que vas-tu publier ou proposer ?
- Qu'est-ce que tu peux faire aujourd'hui qui t'effraie un peu, mais qui va te rapprocher d'un vrai premier client ou utilisateur ?

Tu peux refaire ce plan chaque mois pour affiner.

Mais en 7 jours, tu peux déjà poser les bases, trouver un premier client ou faire ton premier euro.

Tu n'as pas besoin d'attendre plus.

Conclusion *

Tu n'as pas besoin d'être prête. Tu as besoin d'avancer.
Si tu es arrivée jusqu'ici, c'est que tu portes déjà en toi quelque chose d'essentiel : l'envie d'agir.
Et c'est cette envie qui fera la différence, bien plus que n'importe quel diplôme ou outil.

Tu n'as pas besoin d'avoir toutes les réponses.
Tu n'as pas besoin d'attendre d'être experte.
Tu as juste besoin d'oser faire le premier pas. Puis le deuxième. Puis le suivant.
Tu apprendras en marchant. Tu ajusteras. Tu tomberas, tu recommenceras.
Et c'est exactement comme ça qu'on devient une entrepreneure, pas juste en théorie... mais dans la vraie vie.

Alors fais-toi confiance. Et souviens-toi que tu peux très bien commencer petit... et viser grand.

POUR ALLER PLUS LOIN

Tu veux qu'on construise ça ensemble ?

Je propose un accompagnement personnalisé pour t'aider à :

- Structurer ton offre et ton positionnement
- Trouver tes premiers clients en freelance
- Mettre en place une organisation claire et durable
- Créer du contenu stratégique qui attire les bonnes personnes
- Gagner en confiance, en clarté et en résultats

Ce n'est pas une formation.

C'est un espace d'écoute, d'action et de transformation.

Tu peux réserver [un appel découverte ici](#)

Ou simplement m'écrire sur Instagram : @studwehustle si tu veux en discuter librement.

Stud'we **HUSTLE**