

TOME 1 • LA TRILOGIE PNR

PROTHÉSISTE ONGULAIRE ET ENFIN BIEN PAYÉE

Fixe tes tarifs sans culpabilité

*Tu travailles dur. Tu es passionnée.
Et pourtant, à la fin du mois, ça ne suffit pas.*

*Ce n'est pas un problème de talent.
C'est un problème de structure.*

MÉTHODE PNR

INTRODUCTION

TU TRAVAILLES DUR, TU TE FORMES, TU SOIGNES CHAQUE DÉTAIL. ET POURTANT, AU MOMENT DE FIXER OU D'ANNONCER TON TARIF, QUELQUE CHOSE SE BLOQUE.

Ce n'est pas de la faiblesse. C'est une conséquence.

Et ce tome est là pour changer ça.

Dans les pages qui suivent, tu vas :

- Comprendre pourquoi tu sous-factures et que ce n'est pas ta faute
- Calculer ce que tu gagnes vraiment par prestation
- Identifier tes prestations les plus rentables
- Apprendre à annoncer une augmentation sans stress ni justification

UN PAS À LA FOIS. AVEC HONNÊTÉTÉ ET SANS CULPABILITÉ.

— PARTIE 1 —

POURQUOI TU SOUS-FACTURES (ET CE N'EST PAS TA FAUTE)

TU NE SOUS-FACTURES PAS PAR MANQUE DE VALEUR.
TU SOUS-FACTURES PARCE QUE PERSONNE NE T'A JAMAIS APPRIS À LA CHIFFRER.

LE SYNDROME DE L'IMPOSTEUR N'EST PAS UNE FAIBLESSE, C'EST UNE CONSÉQUENCE.

**CE PETIT SILENCE APRÈS L'ANNONCE DE TON NOUVEAU TARIF,
TU LE CONNAIS.**

Tu te souviens du jour où tu as annoncé ton tarif pour la première fois ?
Ce petit moment de silence et après cette sensation bizarre dans la gorge.
Cette pensée rapide : « C'est trop cher, elle va dire non. »

**CE N'EST PAS UN MANQUE DE CONFIANCE PASSAGER.
C'EST QUELQUE CHOSE DE PLUS PROFOND, ET PRESQUE
TOUTES LES PROTHÉSISTES LE VIVENT.**

PASSE À L'ACTION

DÉMASQUE TON IMPOSTEUR

La phrase que ma tête me souffle quand j'annonce mon tarif :
(ex. : « c'est trop cher », « elle va dire non », « je ne vaudrais pas ça »)

.....

.....

La vérité, c'est :
(ex. : « ce prix paie mon expertise, mon temps, mes années de pratique »)

.....

.....

→ Ton imposteur n'est pas un fait. C'est une vieille habitude. Et ça se déprogramme.

LA LÉGITIMITÉ, ÇA NE S'ENSEIGNE PAS ET C'EST LE PROBLÈME

ON T'A FORMÉE À LA TECHNIQUE. JAMAIS À TA VALEUR.

Se sentir légitime à demander un certain prix, ça ne vient pas automatiquement avec les années d'expérience.

Certaines prothésistes avec dix ans de métier doutent encore. Pas parce qu'elles ne sont pas bonnes. Parce que personne ne leur a jamais dit clairement : ton travail a de la valeur, et cette valeur se traduit en chiffres.

Quand tu t'es formée, on t'a appris la technique. Mais personne ne t'a expliqué comment fixer un tarif.

Ton prix n'est pas juste le coût de tes produits, c'est le coût de ton expertise, de ton temps, de ton énergie, de tes années de pratique.

Alors tu as regardé ce que faisaient les autres. Tu t'es alignée.
Parfois en dessous.

**Et sans t'en rendre compte, tu as construit ton activité
sur une fondation bancale.**

LA PEUR DE NE PAS AVOIR DE CLIENTES

**DES TARIFS BAS POUR RASSURER TA PEUR =
UN CERCLE QUI T'ÉPUISE.**

Par peur de perdre des clientes, tu gardes des tarifs trop bas.

Avec des tarifs trop bas, tu dois prendre plus de rendez-vous pour un revenu correct.

Avec plus de rendez-vous, tu t'épuises. Et quand tu t'épuises, tu n'as plus d'énergie pour faire grandir ton activité.

C'est un cercle que beaucoup connaissent sans le nommer.

PASSE À L'ACTION

STOP AU CERCLE

Le dernier rendez-vous que j'ai accepté juste pour ne pas avoir de « trou » (un horaire qui ne m'arrangeait pas, une cliente à petit prix, une demande de dernière minute) :

.....

Ce qu'il m'a vraiment rapporté, net, une fois tout déduit : €

Ce qu'il m'a coûté (fatigue, temps, énergie) :

.....

→ Le vrai problème, ce n'est pas le vide dans ton agenda. C'est un tarif qui t'oblige à le remplir à tout prix.

ET PERSONNE NE TE DIT LA VÉRITÉ SUR « ÊTRE À SON COMPTE »

LA LIBERTÉ QU'ON T'A VENDUE A UN PRIX QU'ON NE T'A PAS ANNONCÉ.

Beaucoup ont choisi ce métier pour la liberté : gérer son temps, être là pour ses enfants, ne plus dépendre d'un patron.

Mais la réalité, c'est souvent des journées qui débordent, des week-ends entamés, des soirées à répondre aux messages. On travaille plus qu'un salarié, sans congés payés ni garanties.

Être à son compte, c'est gérer une vraie entreprise, seule. Donc si tu te sens épuisée, pas assez payée, un peu piégée, tu n'as rien raté.

On ne t'a juste jamais donné les bons outils. C'est ce qu'on va changer.

PASSE À L'ACTION

D'OÙ VIENT TON PRIX ?

COCHE CE QUI EST VRAI POUR TOI :

- ☐ J'ai fixé mes tarifs en regardant les autres
- ☐ Je n'ai jamais calculé mon coût réel par prestation
- ☐ Je baisse mes prix par peur de perdre des clientes
- ☐ Je culpabilise au moment d'annoncer mon tarif

→ **Chaque case cochée, c'est une fondation bancable. La partie 2 va la réparer.**

— PARTIE 2 —

CE QUE TES TARIFS TE COÛTENT VRAIMENT

TON TARIF, CE N'EST PAS CE QUE TU ENCAISSES.
C'EST CE QU'IL TE RESTE UNE FOIS QUE TOUT EST PAYÉ.

LE CALCUL QUE PERSONNE NE T'A MONTRÉ

50€ POUR 1H30 ? PAS VRAIMENT.

Léa reçoit ses clientes chez elle. Elle fait une pose gel uni à 50€, durée 1h30. Elle range son matériel et se dit : « C'est pas mal pour 1h30. »
Sauf que ce n'est pas 50€ qu'elle a gagné. Pas vraiment.

Le vrai calcul de Léa	Montant
Ce que Léa facture	50,00 €
Cotisations sociales (~28%)	– 14,00 €
Impôt sur le revenu (~5% en micro)	– 2,50 €
Matériel utilisé (gel, capsules, lime...) Quote-part	– 6,00 €
Charges fixes (loyer, électricité...) Quote-part	– 3,00 €
Formation annuelle	– 1,50 €
Ce que Léa gagne vraiment	23,00 €

Soit 15,33 € de l'heure réelle de prestation. Et on n'a pas encore compté le temps invisible autour.

D'ABORD, PARLONS DE TON CAS

QUE TU REÇOIVES CHEZ TOI OU QUE TU TE DÉPLACES, TU AS DES COÛTS CACHÉS.

- **Tu reçois chez toi** : pas de déplacement, mais des charges fixes (loyer, chauffage, électricité, eau, usure du mobilier).
- **Tu te déplaces** : pas de loyer, mais du temps de trajet non facturé, des frais kilométriques, de l'usure véhicule, et une fatigue que tu absorbes en silence.
- **Dans les deux cas**, ces coûts existent même si on ne les a pas calculés.

PASSE À L'ACTION

MAINTENANT, FAIS LE TIEN

Revenu mensuel brut	_____	___ €
- Cotisations sociales (~28%)	_____	___ €
- Impôt sur le revenu	_____	___ €
- Fournitures et matériel / mois	_____	___ €
- Charges fixes / frais kilométriques	_____	___ €
• Quote-part formation annuelle / 12	_____	___ €
Ce qu'il reste vraiment	_____	___ €

→ **Divise ce qui reste par ton nombre total d'heures (prestations + tout le reste).**
C'est ton vrai taux horaire.

LE TEMPS EFFECTIF VS LE TEMPS INVISIBLE

TON VRAI TAUX HORAIRE INCLUT TOUT CE QUE TU NE FACTURES JAMAIS.

- **Autour de chaque rendez-vous** : préparation, désinfection, rangement, trajet.
- **Dans ta semaine** : messages, commandes, compta, déclarations, réseaux, formation.
- **Tout ce temps-là**, tu ne le factures pas, mais il mange tes heures.

Un mot sur la formation

Une formation par an minimum.
Si tu dépenses 300€ pour 500 prestations,
c'est 0,60€ par prestation que tu offres sans le savoir.

À garder en tête

Les jours où tu ne travailles pas

Quand tu es salariée, tu es payée même malade, même en vacances. À ton compte, non.

Si tu es malade, tu ne gagnes rien. Si tu prends une semaine de congés, ton activité s'arrête net.

Ces jours-là existent, ils font partie de ton année. Et ton tarif, lui, doit pouvoir les absorber.

On ne va pas le chiffrer ici, mais retiens-le : un tarif juste, c'est aussi un tarif qui te laisse le droit de t'arrêter.

Ton fond de roulement

Autre chose dont on ne parle jamais : ta réserve, ton matelas de sécurité.

L'argent qui te permet de racheter ton stock, d'encaisser une période creuse, de faire face à un imprévu sans paniquer.

Sans cette réserve, la moindre baisse d'activité te met en tension.

Là encore, pas de calcul ici, juste une évidence à intégrer : une activité saine, ce n'est pas seulement ce que tu gagnes, c'est aussi ce que tu mets de côté pour tenir.

La vraie question n'est pas « est-ce que mes tarifs sont trop chers ».

Elle est : « est-ce que mes tarifs couvrent vraiment tout ce que je donne ? »

Dans la majorité des cas, la réponse est non.

La solution n'est pas de travailler plus. C'est de facturer juste.

— PARTIE 3 —

LA PEUR DE PERDRE SES CLIENTES

LES CLIENTES QUI PARTENT POUR 5€ DE PLUS NE PARTAIENT PAS POUR TOI.
ELLES PARTAIENT POUR TON PRIX.

LA PEUR N°1, CELLE QUI PARALYSE TOUT

SI J'AUGMENTE, ELLES VONT PARTIR.

Tu sais que tes tarifs sont trop bas. Tu as vu les chiffres. Et pourtant tu ne bouges pas, parce qu'une petite voix dit : « si j'augmente, elles vont partir. »

Alors on continue à se lever tôt, finir tard, s'épuiser pour un revenu qui ne suffit pas.

Parlons-en vraiment.

PASSE À L'ACTION

À QUI JE LAISSE LE POUVOIR ?

COMPLÈTE :

« Si je n'augmente pas, c'est parce que j'ai peur que »

Et si c'était l'inverse ? Ce qui pourrait arriver de BIEN si j'augmentais :

→ **La peur te montre toujours le pire. Rarement le possible.**

CE QUI SE PASSE VRAIMENT QUAND ON AUGMENTE

MOINS DE CLIENTES, PRESQUE LE MÊME REVENU, ET BEAUCOUP MOINS DE FATIGUE. FAIS LE CALCUL.



Oui, certaines partiront. Mais celles qui partent pour 5 ou 10€ choisissaient avant tout ton prix, pas ton talent, pas toi.

Elles te coûtent plus qu'elles ne t'apportent.

COMPARATIF:

	Avant	Après
Tarif	50 €	60 €
Rendez-vous	20 / sem	16 / sem
Revenu	1000 €	960 €

4 clientes en moins, presque le même revenu

4 rendez-vous de moins, moins de fatigue. Et les places se remplissent vite avec des clientes qui acceptent tes nouveaux tarifs d'emblée.

LES CLIENTES QUI RESTENT SONT CELLES QUI COMPTENT

**CELLES QUI VALORISENT VRAIMENT TON TRAVAIL
NE PARTENT PAS POUR 10€.**

Celles qui reviennent régulièrement, qui te recommandent, qui valorisent ton travail, celles-là restent.

PASSE À L'ACTION

MES CLIENTES EN OR

Note 2-3 clientes qui reviennent pour TOI (ton travail, ton soin, ta relation) :

.....
.....
.....

→ C'est pour elles que tu fixes un tarif juste. Pas pour celles qui partiront pour 5€.

LE VRAI RISQUE, C'EST DE NE PAS AUGMENTER

LE COÛT DE NE PAS AUGMENTER EST INVISIBLE. MAIS IL EST BIEN RÉEL.

Chaque année à tarifs trop bas, c'est une année de plus à t'épuiser pour rien, à reporter tes projets.

L'augmentation fait peur car elle est visible. Le coût de ne pas augmenter se dilue dans la fatigue et les fins de mois serrées mais il est bien réel.

PASSE À L'ACTION

LE COÛT DE L'INACTION

Ce que des tarifs trop bas m'ont coûté cette dernière année (un projet reporté, des vacances non prises, un découvert, de la fatigue...) :

.....

Si rien ne change, où je serai dans un an :

.....

→ **Ne pas augmenter, c'est un choix aussi. Et il a un prix.**

ET SI ELLES RÉAGISSENT MAL ?

**UNE AUGMENTATION QUI SE PASSE BIEN, C'EST UNE
AUGMENTATION PRÉPARÉE.**

- Prévenir un mois à l'avance, pas le jour même.
- Le dire avec chaleur et simplicité, pas d'excuse, pas de roman.
- Laisser le temps à tes clientes de s'y préparer.

Tu informes, avec bienveillance. Tu n'expliques pas, tu n'attends pas leur validation.

Exemple :

*« Je tenais à te prévenir en avance, mes tarifs évoluent à partir du [date].
Je reste disponible pour ton prochain rendez-vous si tu veux en profiter avant,
dans tous les cas j'aurai plaisir à te retrouver. »*

PASSE À L'ACTION

MON VRAI CHOIX

Continuer comme avant a un coût.
Augmenter aussi a un prix, mais lui, il rapporte.

- ☐ Je subis
- ☐ Je décide

La prestation par laquelle je commence à augmenter :

— PARTIE 4 —

CHOISIR SES PRESTATIONS PHARES

TOUT PROPOSER, C'EST TE DISPERSER. TA RENTABILITÉ TIENT DANS 3
OU 4 PRESTATIONS, PAS DANS UN MENU DE TROIS PAGES.

L'ERREUR LA PLUS COURANTE EN ONGLERIE

TOUT CE QUE TU PROPOSES NE SE VAUT PAS

Gel, résine, vernis permanent, nail art, manucure japonaise, beauté des pieds, extensions, dépose, remplissage...

Un menu sur trois pages, des tarifs dans tous les sens. Tout maîtriser, avoir le matériel, rester à jour : c'est de l'énergie dispersée et de l'argent qui dort.

Et il y a un piège en plus : sur tes flyers, tes réseaux sociaux ou ton site, tu emploies des termes techniques : gel, capsule, remplissage, french revers, nail art, que tes clientes ne comprennent pas toujours.

Résultat : elles réservent à côté, choisissent la mauvaise prestation, et ton planning se retrouve faussé : un créneau trop court, une pose pas adaptée, une cliente déçue.

Parler le langage de tes clientes, ce n'est pas te rabaisser.
C'est leur permettre de choisir juste.

Pose-toi 3 questions pour chaque prestation :

- Combien de temps ça me prend vraiment ? (temps réel, préparation comprise)
- Combien ça me rapporte net ? (reprends le calcul de la partie 2)
- Est-ce que je la fais facilement ? (ou ça me demande une énergie disproportionnée ?)

Une prestation idéale score bien sur les trois.

PASSE À L'ACTION

MON MENU, VERSION CLIENTES

Reprends 2-3 de tes prestations et reformule-les en langage simple, orienté résultat (ex. : « pose gel uni » → « ongles naturels sublimés, belle tenue 3 semaines ») :

.....

.....

.....

L'EXEMPLE CONCRET

REGARDE COMMENT LÉA A TRIÉ,
TU VAS FAIRE PAREIL.

- Pose gel uni complète : 1h30, bien maîtrisée. Rentable.
- Nail art complexe : 2h30, tarif sous-évalué. Épuisant pour ce que ça rapporte.
- Manucure japonaise : 1h, forte valeur perçue. Rentable et différenciante.
- Beauté des pieds : clientèle régulière. Rentable.

LÉA GARDE 3-4 PRESTATIONS PHARES, AUGMENTE LE NAIL ART OU L'ARRÊTE, SIMPLIFIE SON MENU. RÉSULTAT : MOINS DE DISPERSION, PLUS DE RENTABILITÉ.

PASSE À L'ACTION

MON CLASSEMENT EXPRESS

Ma prestation la plus rentable (temps court, bon net) :

.....

Celle qui m'épuise pour ce qu'elle rapporte :

.....

→ Tu tiens déjà tes premières pistes de prestations phares.

DEUX TECHNIQUES QU'ON SOUS-ESTIME SOUVENT

BEAUTÉ DES PIEDS ET MANUCURE JAPONAISE : SOUS-COTÉES, ET POURTANT EN OR.

- **La beauté des pieds**, bien tarifée et cadencée, est régulière, fidélisante et moins exigeante physiquement.
- **La manucure japonaise** (soin complet des ongles naturels, zéro produit chimique) se différencie, se raconte, et attire une clientèle qui cherche une experte, pas la moins chère.

PASSE À L'ACTION

MA PÉPITE CACHÉE

Une prestation que je brade ou que je n'ose pas mettre en avant, alors qu'elle pourrait être rentable ou différenciante :

Ce que je décide d'en faire (la revaloriser, la mettre en avant, en faire ma signature) :

CHOISIR UNE EXPERTISE, C'EST AUSSI SE POSITIONNER

QUAND ON VIENT POUR TOI, ON NE NÉGOCIE PAS.

Connue pour quelque chose de précis, tu attires des clientes qui cherchent exactement ça.

Elles ne négocient pas, ne comparent pas.

UNE EXPERTISE CLAIRE = UNE VALEUR QUI SE POSE SANS DISCUSSION.

PASSE À L'ACTION

TON EXERCICE A COMPLÉTER

Prestation	Temps réel	Gain net	Facilité /5	Je garde ?
Ex. : pose complète	1h30	~23€	5/5	+ augmenter

— PARTIE 5 —

FIXER ET ANNONCER SES NOUVEAUX TARIFS

ON PRÉVIENT. ON N'EXPLIQUE PAS. ON NE S'EXCUSE PAS.

LE MOMENT QUI FAIT PEUR À PRESQUE TOUT LE MONDE

PASSER À L'ACTE

Tu as fait les calculs, identifié tes prestations phares, tu sais que tes tarifs doivent évoluer.

MAINTENANT : PASSER À L'ACTE.

PASSE À L'ACTION

MA DÉCISION EST PRISE

COMPLÈTE :

« Mon nouveau tarif pour ma prestation phare, c'est € et je l'assume. »

→ **Tu ne demandes pas la permission. Tu informes.**

COMMENT FIXER LE BON TARIF

TON TARIF JUSTE NE SE DEVINE PAS. IL SE CALCULE, EN 4 ÉTAPES.

Étape 1 — Seuil de rentabilité : ton gain net par prestation (partie 2).
Ton plancher absolu.

Étape 2 — Objectif net mensuel : combien tu veux ramener à la maison $\div$ ton nombre de prestations = gain net minimum/prestation.

Étape 3 — Tarif brut : ajoute charges, impôts, matières, fixes. Ce chiffre, c'est ton tarif juste.

Étape 4 — Regard marché : une référence, pas un alignement vers le bas. Si ton tarif juste dépasse la concurrence, c'est qu'elle se sous-paie peut-être.

Les 4 étapes de Léa

- 1 — Seuil de rentabilité
- 2 — Objectif (2000€ $\div$ 60% $\div$ 67 prest.)
- 3 — Tarif brut juste
- 4 — Regard marché (40-55€ local)

Résultat

23€ net min.
30€ net min./prest.
50€ brut min.
50€ cohérent

LÉA FIXE SON GEL UNI À 50€. SON TARIF JUSTE. PAS CELUI DES AUTRES. LE SIEN.

PASSE À L'ACTION

MAINTENANT, FAIS LE TIEN

- | | |
|---|--|
| 1 — Mon gain net actuel / prestation | ___ € |
| 2 — Objectif mensuel $\div$ 60% $\div$ nb prestations | ___ € net min. |
| 3 — Mon tarif brut juste (+ charges) | ___ € brut min. |
| 4 — Regard marché : mon tarif est | ☐ cohérent ☐ à ajuster |

ANNONCER L'AUGMENTATION

PAS DE ROMAN, PAS DE JUSTIFICATION. UNE INFO CLAIRE, EN AVANCE.

On prévient, on n'explique pas, on ne s'excuse pas. Une communication claire, bienveillante, en avance.

PASSE À L'ACTION

MA POSTURE

J'ANNONCE MON NOUVEAU TARIF COMME UNE INFORMATION, PAS COMME UNE DEMANDE DE PERMISSION.

Les mots que je bannis (les excuses qui te font perdre en valeur) : (ex. : « désolée », « je sais que c'est cher », « si ça te va »)

.....
.....

LE BON TIMING

JANVIER OU SEPTEMBRE. JAMAIS AVANT L'ÉTÉ NI AVANT NOËL.

Préviens un mois avant.

À éviter : avant l'été (juin, pic des poses) et avant Noël (haute saison, carnet plein).

Les bons moments : janvier (nouvelle grille naturelle) ou septembre (rentrée, nouvelles bases).

Pense aussi à ce que vivent tes clientes : l'été (vacances) et décembre (cadeaux, fêtes), ce sont des périodes où leur budget est déjà sous tension. Leur annoncer une hausse pile à ce moment-là, c'est en rajouter une couche au pire moment.

CHOISIR UNE PÉRIODE PLUS CALME, C'EST AUSSI UNE MARQUE DE RESPECT ET UNE AUGMENTATION BIEN MIEUX ACCUEILLIE.

PASSE À L'ACTION

MON TIMING

Le mois où j'annonce (janvier / septembre) :

La date d'entrée en vigueur (un mois plus tard) :

ET APRÈS ?

LES PLACES LIBÉRÉES SE REMPLISSENT AVEC LES BONNES CLIENTES.

Certaines prennent rendez-vous avant la hausse, d'autres suivent, quelques-unes ne reviennent pas. Et dans le mois qui suit, les places se remplissent avec des clientes qui viennent pour toi, pas pour le prix.

**C'EST LÀ QUE TON ACTIVITÉ COMMENCE À
RESSEMBLER À CE QUE TU AVAIS IMAGINÉ.**

PASSE À L'ACTION

ET SI CERTAINES PARTENT ?

La phrase que je me répéterai si une cliente ne suit pas (ex. : « elle venait pour le prix, pas pour moi, la place est libre pour une cliente qui valorise mon travail ») :

TON PLAN, PRÊT À L'EMPLOI

DE LA DÉCISION À L'ANNONCE

Une augmentation réussie, ce n'est pas une question de courage.
C'est une question de plan.

Tu as ton tarif juste, ton bon timing et ta posture. Il ne te reste qu'à poser les
pièces dans l'ordre.

**REMP LIS CE PLAN UNE BONNE FOIS ET ENSUITE, TU N'AS PLUS
QU'À LE SUIVRE, SANS STRESS NI IMPROVISATION.**

PASSE À L'ACTION

MON PLAN D'ANNONCE

Date de mes nouveaux tarifs :

Je préviens mes clientes le :

Par quel canal (SMS / story / à l'oral) :

Mon message (celui que j'ai écrit page 18) :

.....

CONCLUSION

Et maintenant, tu fais quoi ?

**TU MÉRITES D'ÊTRE BIEN PAYÉE. SANS CULPABILITÉ, SANS JUSTIFICATION.
C'EST JUSTE.**

Tu es arrivée au bout de ce tome.

Si quelque chose a résonné, le calcul de Léa, tes tarifs qui ne couvrent pas ce que tu donnes, cette fatigue de travailler dur sans résultat, ce n'est pas une fatalité. Ce n'est pas le métier. C'est une structure qui peut changer.

PASSE À L'ACTION

CE QUE TU PEUX FAIRE DÈS CETTE SEMAINE

- ☐ Reprendre le calcul de la partie 2 avec tes vrais chiffres
- ☐ Lister tes prestations et identifier tes 3 phares
- ☐ Poser ton objectif de revenu net mensuel
- ☐ Fixer une date pour tes nouveaux tarifs — janvier ou septembre

**→ Tu as choisi ce métier pour la liberté, la créativité, l'indépendance.
Tout ça est possible, mais pas avec des tarifs qui te maintiennent sous l'eau.**

*TU MÉRITES UNE ACTIVITÉ QUI TE
RESSEMBLE ET QUI TE PAIE À TA
JUSTE VALEUR.*

*LE POINT DE NON RETOUR
COMMENCE ICI.*

BONUS

5 phrases pour annoncer ton augmentation

À ADAPTER À TON TON NATUREL. TU N'AS PAS À RÉINVENTER, ADAPTE SEULEMENT.

À une cliente qui demande pourquoi

«Comme tout professionnel, mes tarifs évoluent régulièrement. C'est une nécessité pour que je puisse te recevoir dans les meilleures conditions »

Sur les réseaux sociaux

« Mes tarifs évoluent à partir du [date]. Pour toute réservation avant cette date, je reste disponible comme toujours. Merci pour ta confiance et ta fidélité. »

À une cliente qui réagit mal

«Je comprends. Mes tarifs reflètent maintenant la réalité de mon activité. Je reste disponible si tu veux continuer ensemble, sinon d'autres professionnelles seront ravies de te recevoir. »

En fin de rendez-vous, à l'oral

« Je te préviens en avance, mes tarifs changent à partir du [date]. Je voulais te le dire moi-même. »

Par message à une cliente fidèle

«Bonjour [prénom], je tenais à te prévenir un mois à l'avance de l'évolution de mes tarifs à partir du [date]. Tu peux bien sûr prendre rendez-vous avant si tu le souhaites. Dans tous les cas j'aurai toujours plaisir à te retrouver. »



TON OUTIL T'ATTEND

Le Calculateur de Marge & Tarifs

Tu viens de comprendre comment fixer des prix qui te paient vraiment.

Maintenant, passe à l'action.

Ton Calculateur fait le travail avec toi : ton vrai coût horaire, le coût réel de chaque prestation, et si elle est rentable, au centime près.

👉 Ouvre ton Calculateur : [Marge & Tarifs](#)

Clique sur « Créer une copie » : le fichier devient le tien.
Tu remplis les cases dorées, il fait le reste.

Bonus Trilogie : si tu as pris les 3 Tomes, tu as aussi le Tableau de bord de trésorerie pour suivre ton argent au mois le mois.

À propos de l'autrice

Sophie Nosella est prothésiste ongulaire depuis plus de 10 ans et fondatrice de la Méthode PNR. Elle a créé cette méthode pour aider les prothésistes ongulaires à construire une activité solide, rentable et alignée avec leur vie.

Mentions légales

Éditrice : Sophie Nosella — Auto-entrepreneur — SIRET 824 948 905 00040
25 rue Jeanne d'Arc, 57185 Clouange — contact@methodepnr.fr
TVA non applicable, art. L. 223-3 du Code des impositions sur les biens et des services (CIBS)

Droits d'auteur & utilisation

Ce guide est la propriété exclusive de Sophie Nosella — Méthode PNR. Il est protégé par le droit d'auteur (Code de la propriété intellectuelle). Il t'est remis pour un usage strictement personnel. Toute reproduction, copie, modification, traduction, capture, partage, diffusion, mise à disposition, revente ou exploitation commerciale — totale ou partielle, sous quelque forme et par quelque moyen que ce soit — est strictement interdite sans l'autorisation écrite préalable de l'autrice. Le non-respect de ces conditions constitue une contrefaçon (art. L335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle) et expose son auteur à des poursuites.

Conditions Générales de Vente

1. Produit : ebook numérique livré en format PDF après validation du paiement.
2. Prix : 39 € TTC l'unité · bundle des 3 ebooks : 79 € TTC. TVA non applicable — Art. 293 B du CGI.
3. Paiement : paiement sécurisé en ligne par carte bancaire. L'accès est accordé immédiatement après réception du paiement complet.
4. Livraison : le fichier est envoyé par email à l'adresse fournie lors de la commande. En cas de non-réception, vérifie tes spams ou écris à contact@methodepnr.fr.
5. Droit de rétractation : conformément à l'article L221-28 du Code de la consommation, le droit de rétractation ne s'applique pas aux contenus numériques dont la livraison a commencé. En procédant à l'achat, tu renonces expressément à ce droit.
6. Responsabilité : les informations contenues dans cet ebook sont fournies à titre éducatif uniquement. Elles ne constituent pas un conseil personnalisé. Les résultats dépendent de chaque situation. Sophie Nosella ne peut être tenue responsable des conséquences liées à leur application.
7. Données personnelles (RGPD) : les données collectées (nom, email) sont utilisées uniquement pour la livraison du produit et la relation client. Jamais partagées ni revendues. Droit d'accès, de rectification et de suppression : contact@methodepnr.fr
8. Médiation & litiges : en cas de litige non résolu à l'amiable, tu peux saisir gratuitement le médiateur CM2C — www.cm2c.net — 14 rue Saint-Jean, 75017 Paris. Les présentes CGV sont soumises au droit français.

© Sophie Nosella — Méthode PNR. Tous droits réservés.