

COMPRENDRE POURQUOI VOTRE ENTREPRISE NE SE DÉVELOPPE PAS

Cahier de travail stratégique pour faire le point sur votre entreprise, clarifier votre positionnement et identifier les actions prioritaires pour avoir plus de clients.

INTRODUCTION

La plupart des entreprises ne manquent pas forcément de compétences, de motivation ou de travail. En revanche, beaucoup manquent de clarté, de visibilité et de stratégie.

Une entreprise peut être sérieuse, compétente et professionnelle, et pourtant ne pas avoir assez de clients. Dans la majorité des cas, le problème ne vient pas seulement de la communication ou des réseaux sociaux. Le problème vient souvent du fait que l'entreprise n'est pas suffisamment claire, pas suffisamment visible, ou qu'elle ne suit pas une vraie stratégie de développement.

Le but de ce cahier de travail est de vous aider à prendre du recul sur votre entreprise, à faire le point sur votre situation actuelle, et à identifier ce qui doit être amélioré pour vous permettre de trouver plus de clients et de développer votre activité.

Ce document n'est pas un livre à lire, c'est un cahier de travail.

Il est fait pour être complété, pour écrire, réfléchir et mettre à plat votre entreprise.

Plus vous serez honnête dans vos réponses, plus ce travail vous sera utile.



CE QUE VOUS ÊTES EN TRAIN DE FAIRE EST IMPORTANT

Prendre le temps de réfléchir à son entreprise, de faire le point, de se poser les bonnes questions et de prendre du recul est quelque chose que très peu d'entrepreneurs font réellement.

La plupart des entreprises passent leur temps dans le quotidien, dans l'urgence, dans le travail, dans les problèmes, dans les clients, dans la gestion.

Mais très peu prennent le temps de travailler sur leur entreprise, sur leur structure, sur leur positionnement, sur leur stratégie et sur leur développement.

Ce cahier de travail est fait pour ça.

Ce que vous êtes en train de faire n'est pas une perte de temps.

C'est probablement l'une des choses les plus importantes que vous pouvez faire pour votre entreprise.



COMMENT UTILISER CE CAHIER

Ce cahier de travail n'est pas à compléter en une seule fois.

Vous pouvez le remplir en plusieurs fois, sur plusieurs jours.

Le but n'est pas d'aller vite, mais de prendre le temps de réfléchir à votre entreprise.

Essayez de répondre de la manière la plus honnête possible.

Ce document est pour vous. Il doit vous aider à voir plus clair, à comprendre votre situation et à identifier vos priorités.

Prenez ce temps comme un moment pour travailler sur votre entreprise, et non seulement dans votre entreprise.

Beaucoup de dirigeants et d'entrepreneurs passent leur temps dans le quotidien, dans l'opérationnel, dans les urgences. Très peu prennent le temps de s'arrêter, de réfléchir et de travailler sur la structure, la stratégie et le développement de leur entreprise.

Ce cahier est fait pour ça.

À QUI S'ADRESSE CE CAHIER DE TRAVAIL ?

Ce cahier de travail s'adresse :

- Aux entrepreneurs
- Aux indépendants
- Aux artisans
- Aux commerçants
- Aux entreprises de services
- Aux entreprises locales
- Aux entreprises qui ont déjà une activité mais qui veulent plus de clients
- Aux entreprises qui ont l'impression de beaucoup travailler sans avoir assez de résultats
- Aux entreprises qui veulent structurer leur développement

Ce cahier de travail ne s'adresse pas :

- Aux personnes qui cherchent une solution miracle
- Aux personnes qui ne veulent pas se remettre en question
- Aux personnes qui ne veulent pas travailler sur leur projet

Pour que ce cahier soit utile, il faut être prêt à réfléchir, à être honnête avec soi-même, et à prendre du recul sur sa société.

PARTIE 1 — FAIRE LE POINT SUR VOTRE ENTREPRISE

Avant de chercher à avoir plus de clients, il est important de faire un point précis sur votre entreprise aujourd'hui.

Beaucoup d'entrepreneurs avancent sans vraiment prendre le temps de poser les choses à plat : ce qu'ils font, pour qui, ce qui fonctionne, ce qui ne fonctionne pas, ce qui doit être amélioré.

Cette première partie va vous aider à prendre du recul et à faire un état des lieux clair de votre société.



VOTRE ENTREPRISE AUJOURD'HUI

- Nom de votre entreprise :
- Votre activité :
- Depuis combien de temps votre entreprise existe :
- Travaillez-vous seul(e) ou en équipe :
- Où se situe votre entreprise (ville / zone géographique) :
- Vos horaires de travail :
- Combien d'heures par semaine travaillez-vous environ :
- Avez-vous un local / bureau / boutique / travail à domicile :

VOS OFFRES AUJOURD'HUI

OFFRE 1

Nom de l'offre :

Description :

Prix :

Combien vous en vendez par mois :

OFFRE 2

Nom de l'offre :

Description :

Prix :

Combien vous en vendez par mois :

OFFRE 3

Nom de l'offre :

Description :

Prix :

Combien vous en vendez par mois :

OFFRE 4

Nom de l'offre :

Description :

Prix :

Combien vous en vendez par mois :

OFFRE 5

Nom de l'offre :

Description :

Prix :

Combien vous en vendez par mois :

Questions :

- Quelle est votre offre principale aujourd'hui ?
- Quelle offre vous rapporte le plus d'argent ?
- Quelle offre vous prend le plus de temps ?
- Quelle offre est la plus facile à vendre ?
- Quelle offre est la plus difficile à vendre ?

VOS CLIENTS AUJOURD'HUI

Questions :

- Qui sont vos clients aujourd'hui ?
- Êtes-vous plutôt en BtoB (professionnels) ou BtoC (particuliers) ?
- Comment vos clients vous trouvent-ils aujourd'hui ?
- Pourquoi vos clients viennent-ils chez vous ?
- Qu'est-ce qu'ils apprécient le plus chez vous ?
- Avez-vous des clients réguliers ?
- Avez-vous surtout des nouveaux clients ou surtout des anciens clients ?

VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES (FACULTATIF)

Vous n'êtes pas obligé de remplir cette partie, mais ces informations peuvent vous aider à mieux comprendre votre entreprise.

Questions :

- Chiffre d'affaires mensuel moyen :
- Chiffre d'affaires annuel :
- Votre objectif de chiffre d'affaires :
- Avez-vous des périodes plus calmes dans l'année ?
- Avez-vous des périodes très chargées ?

CE QUI FONCTIONNE / CE QUI NE FONCTIONNE PAS DANS MON ENTREPRISE

Ce qui fonctionne bien

Ce qui ne fonctionne pas
ou doit être amélioré

VOS DIFFICULTÉS AUJOURD'HUI

Questions :

- Aujourd'hui, ma plus grande difficulté est :
- Ce qui me prend le plus de temps :
- Ce qui me stresse le plus :
- Ce que je ne comprends pas dans mon entreprise :
- Ce que je n'arrive pas à développer :
- Ce que je repousse depuis longtemps :

VOS OBJECTIFS

Dans 6 mois, je veux :

- Chiffre d'affaires :
- Nombre de clients :
- Organisation :

- Offres :

- Temps de travail :
- Autre :

Dans 1 an, je veux :

- Chiffre d'affaires :
- Nombre de clients :
- Organisation :

- Offres :

- Temps de travail :
- Autre :

LA PLUPART DES ENTREPRISES NE MANQUENT PAS DE CLIENTS

La plupart des entreprises ne manquent pas de clients parce qu'elles ne sont pas compétentes.

Elles manquent de clients parce que :

- leur offre n'est pas assez claire
- leur client n'est pas assez clair
- leur message n'est pas assez clair
- elles ne sont pas assez visibles
- elles ne rassurent pas assez
- elles n'ont pas de vraie stratégie

Une entreprise peut être très compétente, très sérieuse et très professionnelle, et pourtant ne pas se développer.

Pourquoi ?

Parce qu'une entreprise ne se développe pas seulement grâce à son savoir-faire.

Elle se développe quand les bonnes bases sont en place.

PARTIE 2 — POURQUOI VOUS N'AVEZ PAS (ENCORE) ASSEZ DE CLIENTS

Beaucoup d'entrepreneurs pensent que s'ils n'ont pas assez de clients, c'est parce qu'ils ne communiquent pas assez, qu'ils ne publient pas assez sur les réseaux sociaux ou qu'ils ne font pas assez de publicité.

En réalité, le problème est souvent ailleurs.

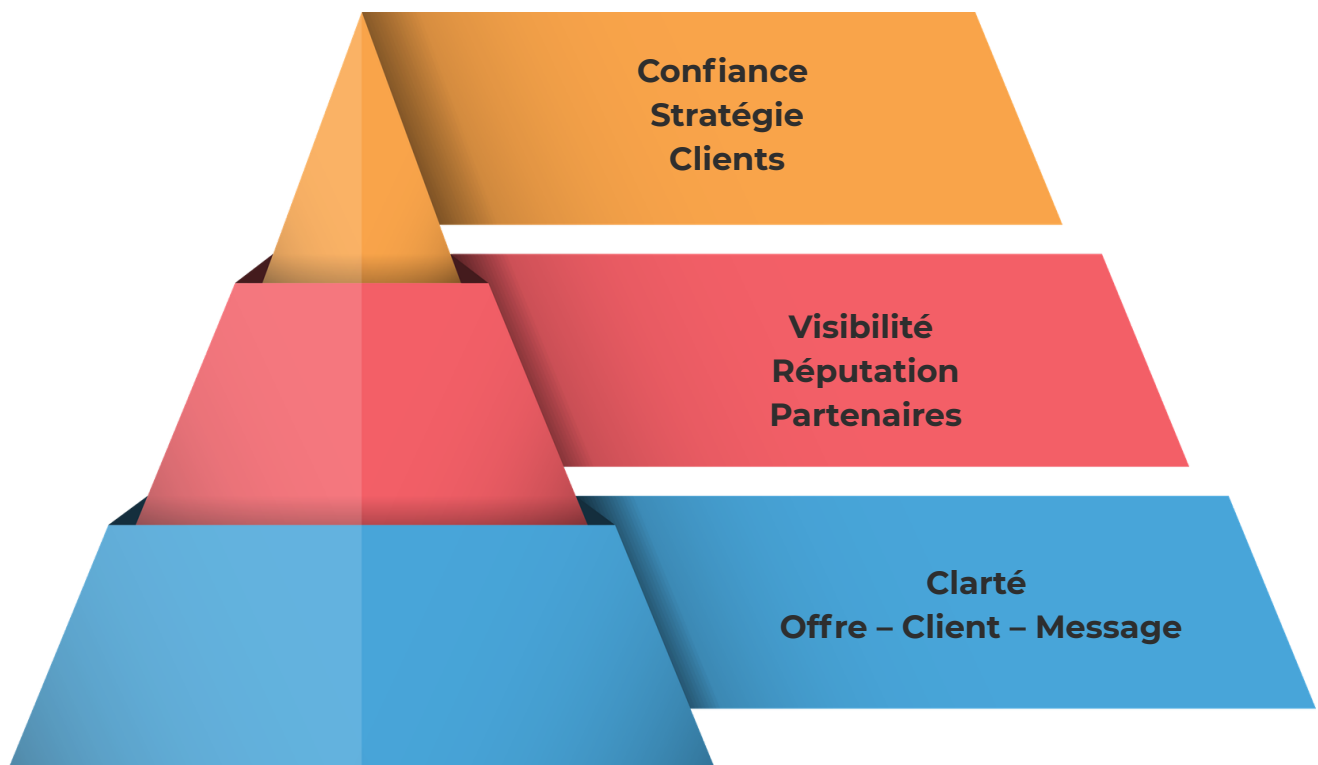
Une entreprise ne trouve pas des clients seulement parce qu'elle publie sur les réseaux sociaux ou parce qu'elle a un site internet.

Une entreprise trouve des clients quand plusieurs éléments essentiels sont en place et fonctionnent ensemble.

Dans cette partie, nous allons voir quels sont les éléments indispensables pour qu'une entreprise puisse trouver des clients de manière régulière.



CE QUI PERMET À UNE ENTREPRISE DE TROUVER DES CLIENTS



Pour qu'une entreprise trouve des clients, tout ne repose pas uniquement sur la communication ou les réseaux sociaux.

Une entreprise fonctionne un peu comme une pyramide.

À la base, il faut de la clarté : une offre claire, un client clair, un message clair. Ensuite, il faut de la visibilité : être vu, être connu, être recommandé. Puis, avec le temps, l'entreprise construit de la confiance, met en place une stratégie, et c'est ce qui permet d'avoir des clients de manière régulière.

Si la base n'est pas claire, tout le reste devient difficile.

ANALYSE DE VOTRE SITUATION

Questions :

- Mes meilleures notes sont :
- Mes plus mauvaises notes sont :
- Aujourd'hui, mon principal problème est plutôt :
 - La clarté
 - La visibilité
 - La confiance
 - L'organisation
 - La stratégie
- Si je devais améliorer une seule chose en priorité, ce serait :

PARTIE 3 – VOTRE OFFRE

Une entreprise ne vend pas seulement un produit ou un service.

Elle vend une solution à un problème.

Beaucoup d'entreprises ont des offres, mais ces offres ne sont pas toujours claires, pas toujours compréhensibles, ou pas toujours bien positionnées.

Dans cette partie, nous allons clarifier ce que vous vendez vraiment, à qui, et pourquoi un client devrait vous choisir vous plutôt qu'un autre.



CE QUE VOUS VENDEZ VRAIMENT

Un client n'achète pas une prestation.

Un client achète un résultat, une solution, un changement, une amélioration.

Par exemple, un coiffeur ne vend pas seulement une coupe de cheveux.
Il vend le fait de se sentir mieux, d'avoir confiance en soi, de se plaire dans le miroir.

Un comptable ne vend pas seulement de la comptabilité.
Il vend de la tranquillité d'esprit, de la sécurité, du temps en moins à gérer l'administratif.

Un artisan ne vend pas seulement des travaux.
Il vend une maison plus confortable, plus belle, plus fonctionnelle.

Questions :

Quel problème résolvez-vous pour vos clients ?

Qu'est-ce que votre client obtient concrètement grâce à vous ?

VOS PRIX

Questions :

- Comment avez-vous fixé vos prix ?
- Êtes-vous plutôt moins cher, dans les prix du marché, ou plus cher ?
- Avez-vous déjà augmenté vos prix ?
- Avez-vous du mal à annoncer vos prix ?
- Avez-vous l'impression de travailler beaucoup pour gagner peu ?
- Vos prix sont-ils en accord avec la qualité de votre travail ?

POURQUOI UN CLIENT VOUS CHOISIT

Questions :

- Pourquoi vos clients viennent-ils chez vous plutôt qu'ailleurs ?
- Qu'est-ce que vous faites mieux que vos concurrents ?
- Qu'est-ce que vos clients apprécient le plus chez vous ?
- Quelle est votre plus grande qualité professionnelle ?
- Si vos clients devaient parler de vous, que diraient-ils ?

POURQUOI UN CLIENT NE VOUS CHOISIT PAS

Cette question est parfois difficile, mais elle est très importante.

Toutes les entreprises ont des raisons pour lesquelles certains clients ne les choisissent pas : le prix, la localisation, le délai, le manque de notoriété, le manque d'avis clients, une offre mal comprise, un positionnement flou, etc.

Comprendre pourquoi certains clients ne vous choisissent pas permet d'améliorer votre entreprise.

Questions :

- Pourquoi certains clients ne vous choisissent pas ?
- Qu'est-ce qui peut faire hésiter un client ?
- Qu'est-ce qui peut faire peur à un client ?
- Qu'est-ce qui peut bloquer un client ?

CLARTÉ ET POSITIONNEMENT

Questions :

- Est-ce que votre offre est facile à comprendre ?
- Est-ce que vos offres ont des noms clairs ?
- Est-ce que vos clients comprennent rapidement ce que vous proposez ?
- Êtes-vous spécialisé dans quelque chose ou faites-vous “un peu de tout” ?
- Êtes-vous perçu comme :
 - Le moins cher
 - Le plus rapide
 - Le plus qualitatif
 - Le spécialiste
 - Le plus proche
 - Le plus haut de gamme
 - Autre :

PARTIE 4 — VOS CLIENTS

Une entreprise ne peut pas s'adresser à tout le monde.

Beaucoup d'entreprises ont du mal à trouver des clients, non pas parce qu'elles travaillent mal, mais parce qu'elles ne savent pas vraiment à qui elles s'adressent.

Plus vous êtes clair sur vos clients, plus il sera facile de communiquer, de proposer les bonnes offres, et de trouver de nouveaux clients.



QUI SONT VOS CLIENTS AUJOURD'HUI

Questions :

- Qui sont vos clients aujourd'hui ?
- Êtes-vous plutôt en BtoB (professionnels) ou en BtoC (particuliers) ?
- Quel âge ont vos clients en général ?
- Où habitent vos clients ?
- Ont-ils des revenus faibles, moyens ou élevés ?
- Sont-ils pressés, exigeants, stressés, organisés... ?
- Comment se comportent vos clients en général ?

VOS MEILLEURS CLIENTS

Questions :

- Quels sont vos meilleurs clients aujourd'hui ?
- Pourquoi ce sont de bons clients ?
- Sont-ils agréables ?
- Acceptent-ils vos prix ?
- Reviennent-ils régulièrement ?
- Parlent-ils de vous autour d'eux ?
- Vous rapportent-ils beaucoup de chiffre d'affaires ?
- Question très importante :
Si vous pouviez avoir uniquement ce type de clients, à quoi ressemblerait votre entreprise ?

VOS CLIENTS LES PLUS DIFFICILES

Questions :

- Quels sont les clients les plus difficiles pour vous ?
- Pourquoi sont-ils difficiles ?
- Est-ce qu'ils discutent toujours les prix ?
- Est-ce qu'ils prennent beaucoup de temps ?
- Est-ce qu'ils ne sont jamais satisfaits ?
- Est-ce qu'ils vous stressent ?
- Est-ce qu'ils vous rapportent peu d'argent par rapport au temps passé ?

LES CLIENTS QUE VOUS VOULEZ VRAIMENT

Questions :

- Avec quels clients aimez-vous travailler ?
- Quel type de clients aimeriez-vous avoir plus souvent ?
- Quel type de clients aimeriez-vous éviter ?

- Préférez-vous :

Beaucoup de clients avec de petits montants
Moins de clients avec de plus gros montants

- Préférez-vous travailler :

Avec des particuliers
Avec des entreprises
Avec une niche précise

COMPRENDRE VOS CLIENTS

Questions :

- Quels sont les problèmes de vos clients ?
- Qu'est-ce qui les inquiète ?
- Qu'est-ce qu'ils veulent améliorer ?
- Qu'est-ce qu'ils veulent éviter ?
- Qu'est-ce qui est important pour eux : le prix, la qualité, la rapidité, la proximité, la confiance, la réputation... ?
- Comment prennent-ils leur décision ?
- Pourquoi choisissent-ils une entreprise plutôt qu'une autre ?
- Qu'est-ce qui peut les rassurer ?
- Qu'est-ce qui peut les faire hésiter ?

PARTIE 5 — VOTRE MESSAGE

Vous pouvez être compétent, sérieux et professionnel, mais si les gens ne comprennent pas clairement ce que vous faites, pour qui vous travaillez et pourquoi ils devraient vous choisir, ils ne vous contacteront pas

.

Le problème de beaucoup d'entreprises aujourd'hui, ce n'est pas la qualité du travail.

C'est que leur message n'est pas assez clair.

Un client doit comprendre en quelques secondes :

- Ce que vous faites
- Pour qui vous le faites
- Ce que vous apportez
- Pourquoi vous choisir
- Comment vous contacter

Si ces éléments ne sont pas clairs, le client ne fait rien. Il passe à autre chose.



LE TEST DES 5 SECONDES

Imaginez qu'une personne arrive sur :

- votre site internet
- votre page Google
- votre page Facebook
- votre page Instagram
- votre vitrine
- votre carte de visite

En 5 secondes, cette personne doit comprendre :

Questions :

- Est-ce qu'on comprend ce que vous faites ?
- Est-ce qu'on comprend pour qui vous travaillez ?
- Est-ce qu'on comprend ce que vous apportez ?
- Est-ce qu'on comprend pourquoi vous choisir ?
- Est-ce qu'on comprend comment vous contacter ?

CE QUE LES GENS COMPRENNENT VRAIMENT

Questions :

- Si quelqu'un regarde votre communication aujourd'hui, que comprend-il vraiment ?
- Est-ce que votre message est clair ou flou ?
- Est-ce que vous utilisez des mots compliqués ou simples ?
- Est-ce que vous parlez de vous ou du problème du client ?
- Est-ce que votre communication donne envie de vous contacter ?
- Est-ce que votre communication rassure ?

VOTRE MESSAGE

Exercice

Complétez cette phrase :

J'aide _____ à _____ grâce à _____.

Puis :

- Mon client est :
- Son problème principal est :
- Ce que je lui apporte est :
- Ce qui me différencie est :

CLARTÉ

Une entreprise claire rassure.

Une entreprise floue fait hésiter.

Quand une entreprise est claire, le client comprend rapidement, se sent en confiance, et passe plus facilement à l'action.

Quand une entreprise est floue, le client doit réfléchir, comparer, chercher à comprendre... et souvent, il abandonne.

Question :

Aujourd'hui, sur une échelle de 1 à 10, à quel point votre entreprise est-elle claire ?

Pourquoi ?

PARTIE 6 – VOTRE VISIBILITÉ

Vous pouvez avoir une très bonne offre, être compétent et professionnel, si personne ne vous voit, personne ne peut vous contacter.

Beaucoup d'entreprises ont un problème non pas de qualité, mais de visibilité.

La question n'est pas seulement : "Est-ce que je suis sur les réseaux sociaux ?"

La vraie question est : "Est-ce que mes clients peuvent facilement me trouver ?"



ÊTES-VOUS TROUVABLE FACILEMENT ?

Cochez les endroits où votre entreprise est visible aujourd'hui :

- Google (fiche Google)
- Site internet
- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- Panneau / enseigne / vitrine
- Bouche à oreille
- Partenaires
- Réseau local
- Salons / événements
- Flyers / cartes de visite
- Presse / journaux
- Autre :

OÙ ÊTES-VOUS VISIBLE AUJOURD'HUI

Questions :

- Si quelqu'un cherche votre activité sur Google dans votre ville, est-ce qu'il vous trouve ?
- Avez-vous une fiche Google à jour ?
- Avez-vous des avis clients ?
- Avez-vous un site internet ?
- Vos coordonnées sont-elles faciles à trouver ?
- Peut-on vous appeler facilement ?
- Peut-on vous envoyer un message facilement ?
- Répondez-vous rapidement ?

ÊTES-VOUS COMPRÉHENSIBLE ?

Questions :

- Quand on arrive sur votre page ou votre site, comprend-on ce que vous faites ?
- Comprend-on pour qui vous travaillez ?
- Comprend-on vos offres ?
- Comprend-on vos prix ?
- Comprend-on comment vous contacter ?

ANALYSE DE VOTRE VISIBILITÉ

Questions :

- Aujourd'hui, mon principal problème de visibilité est :
- Je ne suis pas assez visible sur :
- Je suis visible mais pas assez clair sur :
- Je suis visible mais je ne rassure pas assez sur :
- Si je devais améliorer ma visibilité, je commencerais par :

PARTIE 7 — VOTRE ENTREPRISE LOCALEMENT

Pour beaucoup d'entreprises, surtout les artisans, commerçants et entreprises de services, le développement ne dépend pas uniquement d'internet.

Le développement dépend aussi beaucoup du réseau local, de la réputation, du bouche à oreille et des partenaires.

Une entreprise peut parfois avoir très peu de réseaux sociaux, mais beaucoup de clients, simplement parce qu'elle est connue et recommandée localement.



ÊTES-VOUS CONNU LOCALEMENT ?

Questions :

- Dans votre ville ou votre zone géographique, êtes-vous connu ?
- Les gens savent-ils que votre entreprise existe ?
- Avez-vous déjà travaillé pour des entreprises locales ?
- Avez-vous déjà travaillé avec la mairie, des associations, des commerçants, des professionnels locaux ?
- Est-ce que des personnes parlent de vous autour d'elles ?
- Avez-vous des recommandations ?

VOS PARTENAIRES

Les partenaires peuvent être une source très importante de clients.

Un partenaire est une entreprise ou un professionnel qui peut vous recommander à ses clients, et à qui vous pouvez recommander des clients en retour.

Questions :

- Travaillez-vous avec d'autres entreprises ?
- Qui pourrait vous recommander des clients ?
- Qui pourriez-vous recommander à vos clients ?
- Avez-vous mis en place des partenariats ?
- Avez-vous des prescripteurs (personnes qui parlent de vous à leurs clients) ?

VOTRE ENTREPRISE DANS VOTRE VILLE

Questions :

- Votre enseigne est-elle visible ?
- Comprend-on ce que vous faites en passant devant ?
- Votre vitrine est-elle claire ?
- Votre fiche Google est-elle à jour ?
- Avez-vous des avis clients ?
- Participez-vous à des événements locaux ?
- Êtes-vous inscrit dans des annuaires locaux ?
- Connaissez-vous d'autres entrepreneurs de votre secteur ?

BOUCHE À OREILLE ET RÉPUTATION

Questions :

- Aujourd'hui, comment se passe le bouche à oreille pour votre entreprise ?
- Avez-vous des clients qui vous envoient d'autres clients ?
- Demandez-vous des avis clients ?
- Montrez-vous vos réalisations / vos chantiers / vos avant-après / vos projets ?
- Les gens parlent-ils facilement de vous autour d'eux ?
- Que dit-on de votre entreprise en général ?

ANALYSE DE VOTRE DÉVELOPPEMENT LOCAL

Questions :

- Aujourd'hui, mon développement local est :
 - Faible
 - Moyen
 - Bon
 - Très bon
- Ce que je pourrais améliorer localement :
- Les partenaires que je pourrais développer :
- Les actions locales que je pourrais mettre en place :

PARTIE 8 – VOS CONCURRENTS

Avoir des concurrents est normal.

Dans tous les métiers et dans toutes les villes, il existe d'autres entreprises qui proposent des services ou des produits similaires.

Le but n'est pas d'être seul sur le marché.
Le but est d'être choisi.

Pour être choisi, il faut comprendre :

- Qui sont vos concurrents
- Ce qu'ils font bien
- Ce qu'ils font moins bien
- Ce que vous faites mieux
- Pourquoi un client vous choisirait vous plutôt qu'un autre



QUI SONT VOS CONCURRENTS

Questions :

- Qui sont vos principaux concurrents ?
- Combien y en a-t-il dans votre zone ?
- Sont-ils plus gros que vous, plus petits, similaires ?
- Depuis combien de temps existent-ils ?
- Sont-ils très visibles ?
- Ont-ils beaucoup d'avis clients ?
- Ont-ils un site internet ?
- Sont-ils actifs sur les réseaux sociaux ?

CE QUE VOS CONCURRENTS FONT MIEUX QUE VOUS

Questions :

- Qu'est-ce que vos concurrents font mieux que vous ?
- Sont-ils plus connus ?
- Ont-ils plus d'avis ?
- Ont-ils une meilleure communication ?
- Ont-ils une meilleure image ?
- Ont-ils plus de choix ?
- Ont-ils de meilleurs prix ?
- Ont-ils une meilleure localisation ?

CE QUE VOUS FAITES MIEUX QUE VOS CONCURRENTS

Questions :

- Qu'est-ce que vous faites mieux que vos concurrents ?
- Êtes-vous plus qualitatif ?
- Plus proche des clients ?
- Plus spécialisé ?
- Plus rapide ?
- Plus flexible ?
- Plus haut de gamme ?
- Plus humain ?
- Autre :

POURQUOI UN CLIENT VOUS CHOISIRAIT VOUS

Questions :

- Pourquoi un client vous choisirait vous plutôt qu'un autre ?
- Quelle est votre différence principale ?
- Quel est votre point fort principal ?
- Quelle image voulez-vous donner ?
- Aujourd'hui, êtes-vous perçu comme :
 - Le moins cher
 - Le plus rapide
 - Le plus qualitatif
 - Le spécialiste
 - Le plus proche
 - Le plus haut de gamme
- Autre :

PARTIE 9 – CE QUI BLOQUE AUJOURD’HUI

Beaucoup d’entrepreneurs pensent que leur problème vient du manque de temps, du manque d’argent ou du manque de clients. Mais dans beaucoup de cas, le vrai problème est ailleurs.

Il peut s’agir :

- d’un manque de clarté
- d’un manque de visibilité
- d’un manque de confiance
- d’un manque d’organisation
- d’un manque de stratégie
- d’un mauvais positionnement
- d’offres mal construites
- d’un message pas assez clair
- d’un manque de régularité

Le but de cette partie est d’identifier ce qui bloque réellement aujourd’hui dans votre entreprise.



CE QUI BLOQUE

Questions :

- Aujourd'hui, ce qui bloque mon entreprise est :
- Ce qui m'empêche d'avoir plus de clients est :
- Aujourd'hui, mon principal problème est :
- Aujourd'hui, ce que je ne comprends pas dans mon entreprise est :
- Aujourd'hui, ce qui me freine est :

MES ERREURS AUJOURD'HUI

Questions :

- Aujourd'hui, je pense que mes principales erreurs sont :
- Ce que je devrais faire mais que je ne fais pas :
- Ce que je fais mais qui ne sert peut-être à rien :
- Ce que je devrais arrêter :
- Ce que je devrais améliorer :
- Ce que je devrais mettre en place :

MES PRIORITÉS

Questions :

- Aujourd'hui, ma priorité numéro 1 doit être :
- Ma priorité numéro 2 doit être :
- Ma priorité numéro 3 doit être :
- Si je devais changer une seule chose dans mon entreprise, ce serait :
- Si je continue comme aujourd'hui, dans 1 an mon entreprise sera :
- Si j'améliore les bonnes choses, dans 1 an mon entreprise pourrait être :

COMPRENDRE, C'EST BIEN. AGIR, C'EST MIEUX.

Beaucoup d'entrepreneurs comprennent ce qu'ils devraient faire.

Mais beaucoup ne le font pas, ou ne savent pas par où commencer, ou font tout en même temps, ou abandonnent, ou se dispersent.

Une entreprise ne change pas quand on comprend.

Une entreprise change quand des décisions sont prises et que des actions sont mises en place.

Même de petites actions peuvent changer beaucoup de choses sur le long terme.

Le plus important n'est pas d'aller vite.

Le plus important est d'aller dans la bonne direction.

PARTIE 10 – PLAN D’ACTIONS

Comprendre son entreprise est une chose.

Mettre en place des actions concrètes en est une autre.

Beaucoup d’entrepreneurs savent ce qu’ils devraient faire, mais ne le font pas, ou ne savent pas par où commencer.

Le but n’est pas de tout changer en même temps.

Le but est d’identifier les actions les plus importantes et de les faire dans le bon ordre.



VOS ACTIONS

ACTION 1

Quelle action :

Pourquoi cette action est importante :

Quand je vais la faire :

Impact sur mon entreprise :

Difficulté (facile / moyen / difficile) :

ACTION 2

Quelle action :

Pourquoi cette action est importante :

Quand je vais la faire :

Impact sur mon entreprise :

Difficulté (facile / moyen / difficile) :

ACTION 3

Quelle action :

Pourquoi cette action est importante :

Quand je vais la faire :

Impact sur mon entreprise :

Difficulté (facile / moyen / difficile) :

ACTION 4

Quelle action :

Pourquoi cette action est importante :

Quand je vais la faire :

Impact sur mon entreprise :

Difficulté (facile / moyen / difficile) :

PAR QUOI COMMENCER

Questions :

- L'action la plus importante pour mon entreprise aujourd'hui est :
- L'action qui peut me rapporter le plus de clients est :
- L'action qui peut améliorer le plus mon entreprise est :
- L'action que je repousse depuis longtemps est :
- Cette semaine, je m'engage à faire :

PARTIE 11 — CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR

Beaucoup d'entreprises pensent que pour avoir plus de clients, il faut communiquer plus, publier plus sur les réseaux sociaux, faire plus de publicité.

En réalité, une entreprise a surtout besoin de bases solides. Une entreprise se développe quand plusieurs éléments fonctionnent ensemble.

Une entreprise a besoin de :

- Clarté
- Visibilité
- Confiance
- Stratégie
- Régularité

Sans clarté, les clients ne comprennent pas.

Sans visibilité, les clients ne vous trouvent pas.

Sans confiance, les clients n'achètent pas.

Sans stratégie, l'entreprise avance au hasard.

Sans régularité, rien ne se développe dans le temps.



VOTRE BILAN

Questions :

- Aujourd'hui, j'ai compris que :
- Aujourd'hui, j'ai pris conscience que :
- Aujourd'hui, ce que je dois améliorer en priorité est :
- Ce que je vais mettre en place dans mon entreprise :
- Ce que je veux pour mon entreprise dans les prochains mois :

ON NE CONSTRUIT PAS UNE ENTREPRISE SEUL

Beaucoup d'entrepreneurs restent seuls avec leurs questions, leurs doutes, leurs décisions et leurs problèmes.

Ils doivent tout gérer :

- leur métier
- leurs clients
- leur communication
- leur organisation
- leur administratif
- leurs décisions
- leur stratégie
- leurs problèmes

Être accompagné, ce n'est pas une faiblesse.

C'est souvent ce qui permet d'aller plus vite, d'éviter des erreurs et de prendre de meilleures décisions.

CE QUE JE PROPOSE

Chaque entreprise est différente.

Certaines ont seulement besoin d'y voir plus clair, d'autres ont besoin d'une vraie stratégie et d'un accompagnement pour mettre en place les bonnes actions.

C'est pour cela que je propose plusieurs niveaux d'accompagnement, en fonction de votre situation et de vos besoins.

1 — L'audit d'entreprise

Pour qui ?

Pour les entreprises qui veulent comprendre ce qui bloque, pourquoi elles n'ont pas assez de clients, et ce qui doit être amélioré.

L'objectif :

Faire un état des lieux complet de votre entreprise et identifier clairement les problèmes et les points à améliorer.

Concrètement, l'audit permet de :

- Prendre du recul sur votre entreprise
- Comprendre ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas
- Identifier ce qui bloque aujourd'hui
- Clarifier votre offre, vos clients et votre message
- Voir où vous perdez des clients
- Identifier vos priorités

À la fin de l'audit, vous savez :

- Ce qui ne fonctionne pas
- Ce qui doit être amélioré
- Par quoi commencer

2 — Audit + plan d'actions 30 jours

Pour qui ?

Pour les entreprises qui veulent comprendre ce qui ne fonctionne pas et savoir quoi faire, mais qui sont capables de mettre en place les actions par elles-mêmes.

Cet accompagnement est adapté aux personnes autonomes, organisées, et capables de travailler seules une fois qu'elles ont une direction claire.

L'objectif :

Vous donner une direction claire et un plan d'actions précis, que vous pourrez ensuite mettre en place vous-même.

Concrètement :

En plus de l'audit, nous construisons ensemble un plan d'actions adapté à votre entreprise, votre activité et votre zone géographique.

Ce plan d'actions vous permet de savoir :

- Quoi améliorer dans votre entreprise
- Quoi mettre en place
- Par quoi commencer
- Dans quel ordre faire les choses
- Quelles actions auront le plus d'impact
- Quelles erreurs éviter

Important :

Dans cette formule, **vous mettez en place les actions vous-même (seul)**.

Je vous donne la direction, la méthode et les priorités, mais c'est vous qui réalisez les actions dans votre entreprise.

Si vous souhaitez être accompagné pour mettre en place les actions, l'Accompagnement Premium sera plus adapté.

3 — L'Accompagnement Premium 3 mois

Pour qui ?

Pour les entreprises qui ne veulent pas avancer seules, qui ont besoin d'être guidées, conseillées, recadrées et accompagnées pour mettre en place les actions et faire évoluer leur entreprise.

Cet accompagnement est adapté aux entreprises qui veulent être suivies dans le temps, prendre du recul, structurer leur entreprise et mettre en place une vraie stratégie de développement.

L'objectif :

Vous accompagner dans le développement de votre entreprise, vous aider à prendre les bonnes décisions, et mettre en place les actions nécessaires pour faire évoluer votre activité.

Concrètement, l'accompagnement permet de :

- Reprendre les bases de votre entreprise si nécessaire
- Clarifier votre positionnement
- Travailler votre offre
- Travailler votre message
- Améliorer votre visibilité
- Mettre en place une stratégie de développement
- Vous aider à prendre des décisions
- Vous aider à prioriser
- Vous aider à prendre du recul
- Suivre l'évolution de votre entreprise
- Ajuster les actions
- Corriger ce qui ne fonctionne pas
- Structurer votre développement

L'accompagnement Premium 3 mois (suite)

Les bonus :

- Relecture de vos supports de communication
- Conseils sur votre site internet
- Conseils sur votre page Google
- Conseils sur vos réseaux sociaux
- Aide pour clarifier votre offre
- Aide pour structurer vos tarifs
- Aide pour vos textes (site, présentation, bio...)
- Regard extérieur sur vos décisions
- Échanges réguliers
- Suivi

(À adapter selon chaque entreprise)

Les limites :

Afin que l'accompagnement se déroule dans de bonnes conditions, un cadre est défini :

- Je ne suis pas disponible 24h/24
- Les échanges se font uniquement par mail ou WhatsApp
- Les visio (si nécessaires) sont planifiés à l'avance
- Je ne travaille pas dans l'urgence
- Je ne fais pas les actions à votre place
- Je vous guide, je vous conseille et je vous aide à prendre des décisions, mais les actions restent de votre responsabilité
- Les résultats dépendent aussi de votre implication, de votre régularité et des actions mises en place dans votre entreprise.

L'objectif de l'accompagnement est de vous rendre autonome, structuré et capable de faire évoluer votre entreprise avec une direction claire.

ET MAINTENANT ?

Vous avez pris le temps de faire le point sur votre entreprise, de vous poser les bonnes questions et de prendre du recul.

C'est une étape que très peu d'entrepreneurs prennent réellement le temps de faire.

Comprendre son entreprise est une première étape.

Mettre en place les bonnes actions, dans le bon ordre, est ce qui permet réellement de faire évoluer une entreprise.

Si vous souhaitez aller plus loin, je peux vous accompagner dans l'analyse de votre entreprise, la clarification de votre positionnement et la mise en place d'une stratégie de développement adaptée à votre activité.

Amélie Boutonnet

Stratégie & Développement d'entreprise

Mail : amelieboutonnet.contact@gmail.com

Instagram : [amelie_boutonnet](#)

Facebook : [Amelie Boutonnet](#)



**Une entreprise ne se
développe pas par hasard.**

**Elle se développe quand les
bonnes décisions sont
prises.**

Mentions légales et Droits d'utilisation

Ce document est la propriété d'Amélie Boutonnet / Amélie Boutonnet
Stratégie et Développement.

Ce cahier de travail est protégé par le droit d'auteur.

Toute reproduction, distribution, modification, revente, diffusion ou utilisation de ce document, même partielle, sans autorisation écrite préalable, est strictement interdite.

Ce document est destiné à un usage personnel uniquement. Il ne peut pas être partagé, revendu, distribué, offert ou utilisé à des fins commerciales sans autorisation.

L'achat de ce document ne transfère aucun droit de reproduction ou de diffusion. L'acheteur dispose uniquement d'un droit d'utilisation personnel.

L'auteur ne pourra être tenu responsable des résultats obtenus suite à l'utilisation de ce document. Ce cahier de travail est un outil de réflexion et de travail, et ne constitue pas une garantie de résultats.

©Amélie Boutonnet / Amélie Boutonnet Stratégie et Développement
– 2026 – Tous droits réservés.