

Le BoostCamp

Passe de coach à entrepreneur !

PASSE À L'ACTION 



TRANSFORMER SA PEUR
D'ÉCHOUER EN JOIE
DEXPERIMENTER

LE GUIDE COMPLET POUR SE LANCER

De ta formation au
lancement
de ton activité.

SOMMAIRE

- Introduction.

Partie 1 : Se trouver soi

- Chapitre 1 : La peur.
- Chapitre 2 : Trouver sa voie.
- Chapitre 3 : Le Mindset.
- Chapitre 4 : Affirmer sa singularité.

Partie 2 : Trouver son marché

- Chapitre 5 : De la clarté dans ses offres.
- Chapitre 6 : Les réseaux physiques.
- Chapitre 7 : La digitalisation de ton activité.
- Chapitre 8 : Les outils digitaux.
- Chapitre 9 : La stratégie marketing.

Epilogue

- Chapitre 10 : Le temps.
- Dernier chapitre : Toi.



Je m'appelle Cédric Califa, **je suis coach professionnel et praticien PNL (Programmation Neuro Linguistique).**

Mes valeurs sont **la simplicité, l'audace et la sincérité.**

Ma spécialité c'est **de transformer tes peurs et en finir avec le syndrome de l'imposteur.**

J'ai toujours eu du mal avec les étiquettes.

Depuis toujours, j'ai ressenti cette aversion pour la manière dont **nous mettons les gens dans des cases.**

Pour moi, la clé de tout ça : La capacité à sortir du cadre et redéfinir les règles.

Alors, pourquoi est-ce que je te raconte tout ça ?

Parce que tout le monde peut transformer sa peur d'échouer en joie d'expérimenter.

INTRODUCTION

Il y a 5 ans je ne trouvais plus de sens à ce que je faisais.
J'ai toujours eu ce truc en moi qui me donnait envie d'aider les autres.

Mais j'avais peur... peur de tout quitter et d'échouer.

Mais je l'ai fait, et toi aussi tu peux le faire.

Quand je me suis lancé **j'étais loin d'imaginer à quel point ce serait difficile**. Et pourtant, malgré les doutes et les difficultés, je n'ai jamais été autant épanoui que maintenant.



Si tu es là c'est parce que tu as cette envie furieuse de ne plus laisser couler le temps.

Tu as cette envie furieuse de trouver du sens à ce que tu fais.

Le problème c'est que tu fais face à deux peurs principales :

- la peur d'échouer et d'être jugé
- la peur du vertige : par où commencer ?!

Si je mets en avant ces peurs, c'est parce que je les avais quand j'ai commencé, puis je les ai transformées avec l'expérience.

Aujourd'hui j'aide les professionnels de l'accompagnement à transformer leur peur d'échouer en joie d'expérimenter.

Je suis fier de ce parcours et il est encore long... mais tout ça ne s'est pas fait en un jour.

5 ans plus précisément.

5 ans de doutes.

5 ans de joies.

5 ans d'apprentissage au quotidien.

5 ans de hauts et de bas.

Et il s'en est passé des choses en tout ce temps.

Et c'est alors qu'un constat implacable s'est imposé à moi.

J'aurais voulu savoir
tout ce que je sais aujourd'hui
quand j'ai commencé.

C'est pourquoi j'ai décidé de te donner tout, absolument tout ce que j'ai appris pendant ces trois années.

Je t'offre un condensé de toutes les étapes utiles pour entreprendre en 2024/2025.

Ainsi tu pourras peut-être gagner du temps et, à ton tour, t'épanouir dans l'entrepreneuriat.

Ce document doit être appréhendé comme un véritable guide. Il est important de respecter l'ordre des chapitres pour oser se lancer.

PARTIE 1 : SE TROUVER SOI

CHAPITRE 1 : LA PEUR

Comment ne pas commencer par ça.

La peur est maîtresse de toutes les émotions. Impossible d'être triste ou joyeux quand on a peur, impossible d'avoir faim ou froid quand on a peur.

Nous avons tous peur.

La peur est un signal,
celui de te dire qu'il se passe quelque chose de différent,
qui a le potentiel de nuire à ta survie.
C'est avant tout à ça que sert la peur.

À l'époque de nos ancêtres, la peur est présente partout parce que le danger est partout.

Aujourd'hui elle est plus insidieuse, plus intérieure, moins maîtrisable.

Mais plutôt que d'être générées par un signal extérieur, l'anxiété et l'angoisse sont déclenchées par un stimulus intérieur : le résultat d'une construction imaginaire et de l'anticipation... Une peur sans objet.

Dans un monde relativement sûr, **le seuil de déclenchement de la peur s'est naturellement abaissé** par rapport à des environnements où l'on risque sa vie tous les jours.

Comprendre cela, c'est comprendre que la peur ne doit pas te freiner.

La peur révèle au contraire ce qu'il y a de précieux pour nous.

Ce n'est plus une question de survie,
c'est une question **d'estime de soi**
et du regard des autres.



Libère-toi du regard des autres et tu seras libéré de certaines de tes peurs.
Notamment la peur d'échouer, celle qui t'empêche de concrétiser tes actions.

Ne cherche pas à la vaincre, écoute-la et questionne-la.
Se réconcilier avec ses peurs, c'est s'autoriser à vivre ses rêves.

Quelques astuces pour t'aider :

- **Rationaliser ses pensées** : Apprends à mieux te connaître et passe à l'action. Le risque perçu doit être dépouillé de sa dimension émotionnelle.
- **Ne pas renier sa peur** : Il est tentant de l'enfouir ou la nier par crainte ou par honte mais on n'évite pas la peur tout comme on n'évite pas la mort. Elle est nôtre, elle fait partie de la mémoire de notre expérience et de notre imagination. En la reniant, on nie une partie de soi-même. En l'écoutant elle devient notre alliée.
- **Ressentir sa peur** : Accueille et ressens-la. Prends soin de distinguer l'anxiété liée à un risque qui n'a pas encore pris forme, de l'angoisse qui étreint la poitrine face à un danger mieux défini et plus proche, et de la peur véritable éprouvée face à un péril immédiat et réel.
- **Imaginer l'étape d'après** : Tu as peur d'un événement qui va arriver ? Imagine l'étape supérieure et tu réduiras l'impact émotionnel de l'événement qui te dérangeait.

Si tu as déjà trouvé ta voie et que tu es en train de te former, tu peux sauter ce chapitre... sinon :

Tu vas faire le point sur tes expériences, lister tes compétences et surtout apprendre à mieux te connaître.

Tes expériences : Prends le temps de regarder ton passé professionnel. A chaque étape de ton parcours, identifie ce que chacune t'a apportée et ce que tu y as appris.

Le but n'est pas de refaire ton CV. L'intention ici est de trouver le point commun entre toutes tes expériences.

Tes compétences : Ton histoire et tes expériences t'ont apportées des compétences. Pour t'aider, tu peux demander à tes proches et tes collègues de travail ce qu'ils pensent de toi et de lister 3 qualités qui te caractérisent.

C'est simple et efficace, tu pourras ainsi agréger l'ensemble des retours et centraliser les compétences qui reviennent le plus souvent.

À ce niveau, tu peux distinguer deux types de compétences :

- Les soft skills (compétences comportementales) : ce sont des qualités personnelles et sociales, telles que la communication, la résolution de problèmes, la créativité et le travail d'équipe, qui influencent la manière dont une personne interagit avec les autres et accomplit son travail.

- Les hard skills (compétences techniques) : ce sont des compétences spécifiques qui sont généralement liées à des connaissances techniques ou des compétences concrètes et spécifiques à un domaine, telles que la programmation informatique, la gestion financière ou l'organisation.

Et enfin :

Te connaître : Je ne le répéterai jamais assez mais pour être accompli, tu dois apprendre à mieux te connaître.

Quelles sont tes valeurs ? Sont-elles honorées au quotidien ?

Quels sont tes besoins ? Sont-ils satisfaits ?

Quelle est ton histoire ?

Comment gères-tu et accueilles-tu tes émotions ?

Quels sont tes schémas mentaux ? As-tu identifié tes croyances limitantes ?

Et enfin quelle est l'estime que tu as de toi-même ?

A ce sujet j'ai créé un guide des 40 questions de Coaching se poser dans une vie pour accélérer ce travail.

Pour te résumer le tout et t'aider, je vais te présenter le concept de L'ikigai, qui se traduit par :

"Ce qui vaut la peine de vivre"

La vocation de L'ikigai est de trouver sa raison d'être.

C'est la réponse à la question : **Qu'est-ce qui te donne envie de te lever chaque matin ?**

C'est un subtil équilibre entre ce qu'on aime faire, ce pour quoi on est doué, ce dont la société a besoin, et ce pour quoi l'on est payé.

- Voici 5 étapes à suivre pour trouver son Ikigai :

1/ Identifie ce que tu aimes faire.

- Quel sujet te passionne au point de le partager aux autres ?
- Pour quel sujet es-tu prêts à consacrer ton temps même si tu ne gagnes pas d'argent ?
- Qu'aimais-tu faire enfant ?

2/ Ce pour quoi tu es doué.

- Qu'est-ce qui te distingue des autres ? Quelle était ta matière préférée et celle que tu aimais le moins à l'école ?

3/ Investir son temps sur soi.

- Formation, livres, vidéos, podcasts.

4/ Identifie comment contribuer à la société à travers ta vocation.

- Quels sont les problèmes actuels qui te révoltent ?
- Qu'est-ce que tu pourrais faire pour les résoudre ?

5/ Identifie comment en faire une activité lucrative.

Avec tout ça, tu ne seras plus très loin d'avoir trouvé ta voie.

Evidemment si tu souhaites aller dans un domaine que tu ne maîtrises pas et qui nécessite des compétences particulières, tu **devras certainement choisir une formation.**

Te former fait partie intégrante de l'évolution de l'entrepreneur. Mais agis également.

J'attire ton attention sur un sujet que j'observe beaucoup pendant mes formations ou mes accompagnements :

le syndrome de l'imposteur.

Ce syndrome, intimement lié à l'estime de soi, se caractérise par :

1. La croyance que les autres surestiment nos atouts et nos compétences.
2. La peur d'être découvert et montré du doigt.
3. La tendance systématique à attribuer nos réussites à des facteurs externes comme la chance ou le résultat d'un travail acharné.

Si ce syndrome est bien réel, il ne doit en aucun cas te pousser à dépenser toute ton épargne en formation.

Le passage à l'action vaut bien plus que toutes les formations.

Choisis une formation, assimile-la et passe à l'action.

Tu auras tout le loisir de te former par la suite, mais cela ne doit pas être un refuge avant de se lancer.

Je vois encore beaucoup trop d'entrepreneurs qui passent leur temps dans des formations onéreuses et qui attendent de toutes les finir pour se lancer.

Résultat ils ne le font jamais car ils ont pris l'habitude d'engendrer de la connaissance comme sur le banc de la fac mais ont perdu l'énergie du passage à l'action.

Crois-moi, le meilleur moyen de dépasser son syndrome de l'imposteur :

C'est de se confronter à la réalité
et de vivre des expériences.

Par ailleurs aujourd'hui la connaissance est accessible partout !

Podcasts, vidéos Youtube, guide PDF comme celui-ci, l'intelligence artificielle et ChatGpt ou les livres évidemment.

En ce qui me concerne je lis beaucoup et je me sers plus de mes lectures que des formations que j'ai suivies.

J'ai d'ailleurs axé mes accompagnements en coaching aujourd'hui sur ce sujet : **Aider mes clients à passer de la formation au lancement de leur activité en surmontant leur syndrome de l'imposteur.**



Si tu as déjà trouvé ta voie, ce qui va suivre va commencer à t'intéresser.

CHAPITRE 3 : LE MINDSET

Avant d'aller plus loin, il est urgent d'éclaircir ce point essentiel parce que c'est le problème majeur pour beaucoup d'entre nous.

Le Mindset **c'est ton état d'esprit.**
C'est la vision que tu as du monde
et donc de l'entrepreneuriat.

Si tu n'as jamais été entrepreneur et que ton entourage est plutôt composé de salariés, alors tu pars avec beaucoup de retard, **ce qui était mon cas.**

Tu dois comprendre qu'il y a un monde d'écart entre le salariat et l'entrepreneuriat.

Il ne s'agit pas de dire que l'un est meilleur que l'autre, même si j'ai mon avis sur la question, il s'agit de comprendre les enjeux.

Être salarié, c'est accepter la routine, le confort et la sécurité. **Être entrepreneur, c'est accepter le changement perpétuel, les prises de risques et l'évolution à tous les niveaux.**

Car oui, **tu apprendras bien plus de choses sur toi** avec cette aventure qu'avec n'importe quelle formation.

Cela implique plusieurs choses.

Tout d'abord, tu dois oublier tout ce que tu sais.

Tu dois déconstruire toutes tes croyances, et c'est peut être la chose la plus difficile.

Une croyance est une représentation mentale de ta réalité, selon ton prisme. Elle est essentielle pour garder de la cohérence et c'est pour ça qu'elle est difficile à challenger.

Pourtant tu vas devoir développer ta **flexibilité mentale**, ou la capacité à douter non pas de toi mais à douter de ce que tu penses. C'est la qualité n°1 pour entreprendre selon moi.

- Tu penses qu'il faut avoir fait des études de commerce ? Oublie, elles sont déjà obsolètes, la connaissance est désormais accessible à tous.
- Tu penses qu'il faut avoir de l'argent au départ ? Oublie, on est en 2023 tout le monde peut gagner de l'argent et vite.
- Tu penses que les réseaux sociaux sont inutiles ? Oublie, ils servent tes ventes et ton Personnel Branding.
- Tu penses que les clients arrivent tout seul avec un site internet ? Oublie, il est inutile sans ta visibilité sur les réseaux.
- Tu penses que tu ne sais pas te vendre ? Oublie, tu te fais acheter.

Tu l'as compris, ce que tu penses aujourd'hui, n'est déjà plus vrai, alors apprend à te challenger.

Sois ouvert au changement. Écoute les signaux externes et internes.

Si deux personnes te demandent de réexpliquer ce que tu fais, c'est un signal qui dit que tu n'es pas clair.

Si au fond de toi, tu sens une tension quand tu fais quelque chose c'est que tu n'es pas aligné avec tes valeurs.

Plus tu seras à l'écoute, et plus tu seras agile.
C'est la clé.

Ensuite, entoure-toi des personnes qui ont déjà passé les étapes que tu souhaites franchir.

Jim Rohn dit : "nous sommes la moyenne des 5 personnes qui nous entourent".

Tu vas atterrir dans un nouveau monde, avec de nouvelles opportunités et de nouvelles personnes.

Il est possible que, au lieu de te pousser dans tes choix, tes amis ou tes proches actuels te renvoient leurs peurs.
Leur intention c'est de te protéger, la conséquence c'est que tu vas douter.

Ecoute ceux qui vivent ce que tu vas vivre et tu gagneras du temps et de la motivation.

Rejoins des réseaux d'entrepreneurs, accède à des communautés, provoque des échanges avec d'éventuels mentors.
Ton niveau de conscience (et de confiance par la même occasion) va s'élever et le champ des possibles s'élargira.

Enfin, l'audace évidemment. Oser encore et toujours.

La seule façon de réussir et il n'y en a qu'une et c'est très simple : c'est d'être dans l'action, *d'itérer*.

Confrontes-toi à la réalité, elle te renverra tes meilleurs leçons de vie.

L'audace c'est la capacité à élargir sa zone de confort en acceptant le risque éventuel tout en visualisant le gain possible futur.

Tu ne changeras pas ton quotidien en réalisant les mêmes tâches et en gardant les mêmes habitudes.

Tu progresseras dans tes objectifs en réalisant des choses que tu n'as pas encore faites.

L'action est également le meilleur antidote au doute.

- Tu doutes ? Agis d'abord, réfléchis ensuite.
- Tu es perfectionniste ? Agis et améliore ce que tu fais avec le feedback.
- Tu as peur d'échouer ? Agis et tu verras que le schéma mental de la peur va s'appauvrir et laisser place au schéma mental de la joie d'expérimenter.

Sois flexible, sois audacieux et entoure-toi de bonnes personnes.

Il ne s'agit pas de renier ton passé, il s'agit de construire ton futur.

CHAPITRE 4 : TROUVER SA SINGULARITÉ

C'est par ta différence que tu feras ta réussite.

Naval Ravikant, célèbre entrepreneur Américain, dit : **“personne ne peut rivaliser avec toi pour être toi.”**

Le plus dur au départ quand on se lance, c'est de se détacher du regard des autres pour pouvoir assumer qui l'on est.

Parce qu'une chose est sûre, dans la masse des propositions de valeur et face à la concurrence, il devient urgent de mettre en avant sa personnalité.

La notion de Personal Branding ou de marque personnelle prend alors tout son sens.

Il s'agit du processus par lequel tu vas créer une image publique positive de toi-même pour te démarquer et te promouvoir personnellement.

Ce qui servira tes intérêts professionnels.

Cela implique de mettre en avant ses compétences, ses valeurs, sa réputation et son authenticité pour influencer la façon dont les autres nous perçoivent.

En résumé, c'est la gestion de ton image et de ta réputation personnelle.

Aujourd'hui, c'est fondamental de montrer sa personnalité.
Prends tous les grands entrepreneurs du moment, ils sont tous sur les réseaux sociaux.

C'est pourquoi tu dois comprendre que tu es le meilleur représentant de ton entreprise.

Le processus décisionnel d'achat pour un consommateur passe toujours par une personnification du bien ou service acheté.

Pour bien comprendre cela, voici comment je l'exprime :

Explique ce que tu fais c'est bien.
Montre ce que tu fais c'est mieux.
Incarnes ce que tu fais c'est imbattable.

Commence par montrer qui tu es, avant de montrer ce que tu fais.

Revenons-en à ta singularité. Une fois que tu acceptes le fait qu'en devenant un acteur économique, tu dois créer une relation de confiance avec tes futurs clients, tu acceptes également le fait de devoir affirmer ta singularité.



Comme on le dit "En affaires, pour gagner la confiance des clients, il faut découvrir ce qui nous rend uniques."

Mais comment trouver sa singularité ?

Tout est en toi, ne cherche pas à l'extérieur.

Tu n'as pas à créer une personnalité, tu n'as qu'à t'écouter et te révéler.

Voici quelques questions pour t'aider à révéler ton authenticité :

- Qu'est-ce que tu aimais faire quand tu étais enfant ?
- Qu'est-ce que tu peux faire pendant des heures sans t'ennuyer ?
- Quels sont les sujets d'actualité qui te dégoûtent le plus ?
- Quelles sont les causes que tu aimes défendre dans les discussions ?
- Sans le regard des autres, qui es-tu vraiment ?

Et enfin

- Quelle est ta plus grande souffrance ? Parce que derrière ses souffrances il y a toujours de la lumière.

J'aime poser cette dernière question en coaching, car elle révèle la résilience qui se cache derrière la souffrance.

Si tu fais l'effort de répondre à ces questions, tu seras en bonne voie pour trouver ta singularité.

Ce n'est peut-être pas suffisant mais ce n'est pas grave car **c'est un processus itératif.**

À force de se confronter à la réalité, on affine sa singularité et on prend plaisir à l'affirmer.

Tout comme la recherche d'une identité visuelle ou d'un logo, c'est un processus évolutif qui n'est pas figé dans le temps.

Je passe volontairement sur l'identité visuelle rapidement, car tu peux soit déléguer cette tâche, soit la trouver rapidement en faisant simple (cf outils digitaux dans chapitre correspondant).

Ce qui compte c'est d'incarner ton message. Une belle couleur et un beau texte n'ont jamais vendu seuls.

Tu vas donc élever ton niveau de conscience en vivant de nouvelles expériences. Ainsi tu vas te découvrir autrement et développer ou révéler de nouvelles capacités.

Ta personnalité va s'étoffer, **ta singularité va s'affirmer.** "Expose-toi à la réalité" est donc encore une fois, le meilleur conseil que je puisse te donner.

Dernière chose, la singularité ne passe pas que par un élément physique ou une compétence, c'est un tout.

Après avoir exploré l'importance de la découverte de soi, nous allons maintenant nous plonger dans la structuration et le développement de ton activité.



PARTIE 2 : TROUVER SON MARCHÉ

CHAPITRE 5 : DE LA CLARTÉ DANS SES OFFRES

C'est certainement la partie Marketing la plus poussée de ce guide.

Je n'ai pas fait d'études de Marketing, mais comme tu le sais, lorsque l'on entreprend on est forcé de développer toutes ces compétences.

Et mon but n'est pas de faire de toi un professionnel du marketing, mais bien de te faire gagner 4 ans d'apprentissage sur le terrain en toute humilité.

Avant de définir ce que tu proposes, **commence par te demander à quelle souffrance tu réponds.**

Tu dois donc répondre à un besoin, mais lequel ?

Réfléchis en termes de problème ou douleur chez ta cible et tu affineras ta promesse.

**Efforce toi de répondre à la question essentielle :
J'aide qui à faire quoi ?**

Et pour ça, rien de mieux que de chercher ce qu'ils souhaitent fuir ou ce qu'il désirent tant.



Il y a plusieurs façons de faire :

- Etude de marché.
- Regarder sur Google ce qui ressort le plus dans le moteur de recherche.
- Tester ton offre sur tes connaissances.
- Sollicite ta communauté sur les réseaux et voir là où l'interaction est la plus importante.

On pourrait rester un moment sur ta cible, mais il y a beaucoup de contenus à ce sujet aujourd'hui.

Et ce qui va nous intéresser surtout ici c'est ton offre.

Tu dois être capable de "pitcher" ta proposition de service simplement et de la manière la plus claire.

Plus ta description sera générale et plus elle sera floue.

Pense toujours à la souffrance que tu résous.

Ton offre doit être claire : à qui s'adresse-t-elle et à quelle problématique répond-elle ?

Ton offre doit être précise : combien de temps dure la prestation et combien coûte-t-elle ?

Ton offre doit être simple : pas la peine de faire un paragraphe, elle peut tenir en une phrase.

Il est bien sûr possible de définir plusieurs offres, soit pour graduer le niveau d'accompagnement proposé, soit parce que tu souhaites toucher plusieurs cibles (pas plus de 2 ou 3), soit parce qu'il y a une véritable stratégie marketing derrière (cf tunnel de vente plus bas).

Exemple de graduation :

- 6 mois pour vivre avec son hypersensibilité sans s'oublier.
- 2 mois ou 8 séances pour vous libérer du regard des autres et oser dire non.
- 4 mois ou 12 séances pour passer de la formation à la concrétisation de votre activité de coach en disant adieu au syndrome de l'imposteur et en gagnant 3 ans.

Mets-toi à la place de la personne qui a besoin de toi, **si elle ne sait pas ce que tu fais et comment tu le fais il lui sera difficile d'acheter tes prestations.**

Réponds à une souffrance ou satisfais un désir puis incarne ce que tu promets.

Naturellement ton offre sera le reflet des chapitres précédents. Elle sera le fruit de ton histoire, ta singularité, et tes compétences.



Pense à **l'effet cumulé** :

- Tout ce que tu fais aujourd'hui contribuera à ton "toi futur".
- Chaque action converge vers un futur plus radieux.

A partir d'ici, tu sais ce que tu souhaites faire et comment le proposer.

Une offre claire implique un produit clair. Sois clair dans tes intentions, clair dans ta communication, clair dans ta proposition.

Tu as compris et intégré un nouveau Mindset et tu es prêt à afficher qui tu es réellement auprès de tes proches et du monde extérieur.

Nous verrons plus bas comment diversifier son activité et attirer des prospects pour les transformer en clients.

Je le rappelle pour ceux qui se demanderaient encore comment afficher un tarif et réussir à vendre.

Tu ne vends pas, tu cherches à résoudre les problèmes des autres.

Ce sont eux qui décideront ou pas s'ils achètent tes prestations.

Pense à ceci : **combien aurais-tu été prêt à payer pour la prestation que tu proposes si elle avait été proposée à ta version passée au moment où tu en avais besoin ?**

Il est crucial de bien te positionner par rapport à tes clients, au marché, et à la concurrence.

A la fin de ce chapitre, **tu dois être en mesure de dire ce que tu fais, comment tu le fais et combien ça coûte.** Tu noteras que nous n'avons pas encore parlé de site internet... on y vient.

CHAPITRE 6 : LES RESEAUX PHYSIQUES

Avant de parler de site, il y a plus important encore : ton réseau !

On néglige bien souvent la puissance de notre réseau, ou “du vrai monde” en opposition au monde virtuel des réseaux sociaux.

Et pourtant c'est **fondamental de savoir parler à son réseau.**

Il faut bien comprendre une chose :

Les réseaux sociaux t'aideront à bâtir une communauté, une identité, de la visibilité et de la crédibilité, mais tout cela à moyen/long terme.

Les réseaux physiques eux t'aideront à obtenir **tes premiers clients et tes premiers témoignages.** Ils te donneront également des opportunités que tu n'imagines pas encore.

Partage avec passion tes objectifs et ce que tu aspires à devenir avec ton entourage, et il sera motivé à t'aider, comme s'il était chargé d'une mission pour toi.

C'est ce qu'on appelle l'escalade de l'engagement ou biais de réciprocité.

Si personne ne sais ce que tu fais, personne ne t'aidera.

En engageant les personnes dans ton histoire, elles se sentiront impliquées et créeront des connexions avec leur propre réseau... et ainsi de suite.

Le problème, c'est que bien souvent, on n'ose pas ou on ne prend pas le temps de voir qui, dans ce réseau, peut nous aider.

Derrière le réseau il y a aussi tous les acteurs locaux ou régionaux autour de toi :

- Réseaux d'entrepreneurs
- CCI
- Commerces
- Incubateurs
- Associations
- Autres

Mais concentrons-nous sur ton entourage.

J'ai développé un outil ultra efficace et actionnable pour savoir par où commencer, car il peut être vertigineux de déterminer avec qui entamer cette démarche.

Je l'ai appelé : Pitch ton réseau



4 étapes
1 Bonus

1. Identification des contacts

Sur une feuille, liste toutes les personnes que tu connais de près ou de loin. **Il doit y en avoir au moins 30 et si possible même 50.** Cela va de tes proches jusqu'au commerçant que tu côtoies en passant par des personnes avec qui tu travaillais dans tes expériences passées éventuelles.

2. Sélection et approche

Maintenant **choisis parmi cette liste les 10 personnes** qui peuvent avoir le plus d'impact sur ton projet et note à côté de chacune d'elles quand et comment tu vas les solliciter (mail, téléphone, déjeuner, autres...).

3. Préparation du pitch

Réfléchis à comment tu vas présenter ton projet à chacune de ces 10 personnes. Tu dois incarner ton projet et avoir pour objectif de leur demander ce qu'ils en pensent et comment ils peuvent t'aider.

4. Démonstration offerte

Pour être sûr qu'ils ont bien compris ce que tu fais et comment tu le fais, **propose leur une démonstration offerte.** Exemple si tu te lances dans le coaching, offre leur 1h de coaching. D'une part ils deviendront tes meilleurs ambassadeurs et d'autre part ils auront envie de t'aider en retour.

BONUS : pour aller encore plus loin, **demande à chacun d'entre eux le contact d'une à deux personnes avec qui ils pourraient te mettre en relation pour bénéficier de tes services.** Venant de leur part tu auras déjà l'avantage de la confiance à priori et de cette manière tu peux construire tout un réseau.

Tu l'auras compris c'est simple, alors go !

CHAPITRE 7 : LA DIGITALISATION DE TON ACTIVITÉ

Les enjeux numériques en 2023 pose la question autrefois impensable de la nécessité ou non d'avoir un site internet.

Le sujet est d'autant plus vaste avec **l'apparition de l'intelligence artificielle et l'évolution des comportements qui ont presque rendu obsolète la nécessité d'avoir un site internet.**

Et oui tu as bien lu, autrefois glorifié et mis au rang de priorité absolue par le marketing, **le site internet est aujourd'hui dépassé** par les pages de ventes d'un côté et les réseaux sociaux de l'autre.

En effet, il fut un temps où l'on pouvait passer plusieurs mois et plusieurs milliers d'euros dans la construction d'un site internet avec une belle charte graphique et un bon référencement SEO.

S'il peut être toujours important pour une moyenne ou grande entreprise, il l'est beaucoup moins quand tu démarres.

Le problème c'est que le modèle d'acquisition client a complétement été bouleversé par les deux raison précitées.

Prenons l'intelligence artificielle d'abord qui a accéléré le processus d'acquisition des connaissances et a libéralisé l'accès à des compétences autrefois inaccessibles.

Autrefois pour digitaliser son activité il fallait savoir coder, **aujourd'hui le no code permet à tout le monde d'exister sur le web.**

Pour faire simple, avec un seul outil numérique tu peux désormais tout faire et ce de manière intuitive, ce que nous verrons ensuite.

Prenons ensuite l'évolution de la mentalité des consommateurs.

Toi comme moi avons vu notre niveau d'attention diminuer drastiquement.

Avec l'accroissement de la diffusion de l'information qui semble ne pas avoir de limites nous ne savons plus où donner de l'oeil.

On parle d'ailleurs "**d'infobésité**" pour désigner la manière dont nous absorbons de l'information sans arrêt.

Une des premières conséquences est donc la qualité de notre attention.

Notre cerveau réclamant toujours plus de dopamine (neurotransmetteur provoquant la sensation de plaisir), **notre récepteur principal qu'est la vue est saturée** et ne parvient pas à se stabiliser suffisamment longtemps.

Alors quel est le lien avec le site internet ?

Et bien c'est très simple.

Le site donnait l'avantage de pouvoir naviguer sur plusieurs pages et de prendre le temps de visualiser tout un ensemble d'informations.

Mais tu l'as compris, nous n'avons plus le temps pour cela.

Le site internet ne retient plus l'attention des visiteurs et ne converti donc plus.

Nos yeux se perdent dans une masse d'informations là où notre attention ne dure pas plus de 8 secondes sans dopamine.

Et l'essor des réseaux sociaux et l'apparition des pages de vente ont fini de rendre obsolètes les sites internet.

1- Les pages de vente.

Leur seul but est de vendre ou de mettre en avant un produit ou un service, et donc à ce jour beaucoup plus adaptées à l'acquisition client.

L'acquisition client étant tout le processus pour convertir un prospect ou lead (personne intéressée), à un client acheteur.

1 page = 1 service ou 1 produit.

Simplicité, efficacité, rapidité. La qualité avant la quantité.

L'attention est captée, pas de navigation sur plusieurs fenêtres pour chercher une information.

Tout est là, sous vos yeux,
à vos marques, prêt, achetez.

Alors peut-être me diras-tu mais comment fait-on si nous avons plusieurs prestations ?

La réponse est simple, les tunnels de vente.

Les tunnels de vente représentent le parcours que suivent les prospects avant de réaliser un achat.

Imagine un entonnoir dans lequel une personne rentre par un produit offert, avant d'acheter une prestation premium, en passant par une newsletter ou une séquence d'emails.

Cela peut paraître technique, **mais l'objectif principal** au-delà de la technicité des outils, **est de générer de la confiance.**

Parce que dans un monde ultra concurrentiel, nos comportements de consommateurs ont changé.

Devant la masse d'informations et de propositions, nous devenons méfiants, fluctuants et connaisseurs.

Ainsi, pour déclencher un processus intentionnel d'achat, il peut falloir parfois 6 mois, 1 an, et même parfois 2 ans avant de se lancer.

Alors oui, si tu es ici avec la croyance **qu'avec un diplôme et un site internet tu existeras, tu comprends que tu es loin de la réalité.** Mais comme nous l'avons vu plus haut, oublie tout ce que tu sais.

Les cartes sont redistribuées. L'accessibilité à l'entrepreneuriat et à la réussite (chacun mettra sa propre définition derrière ce terme) **ne sont plus l'apanage de quelques privilégiés. Nous sommes à l'ère où tout est permis.**

Cela peut être perçu comme une opportunité pour certains, ou comme un risque pour d'autres.

Mais convenons ensemble que pour un entrepreneur qui démarre sans rien, c'est avant tout et surtout une opportunité incroyable. Et nous n'avons pas encore vu le chapitre sur les outils digitaux.

2- Les Réseaux Sociaux

Véritable révolution dans la gestion de nos relations sociales. Facebook, Instagram, LinkedIn, X, (anciennement Twitter), Youtube, TikTok... pour ne citer que les principaux.

L'ensemble des plateformes ont évolué de manière remarquable en passant de lieux de vie virtuels pour entretenir des relations sociales **à véritables plateformes commerciales pour vendre ses services.**

L'évolution a été si rapide et agile que nous ne l'avons parfois pas vu venir.



Parce que oui, le premier modèle d'acquisition client aujourd'hui est, et de loin, le réseau social.

C'est simple, nous passons plus de temps sur ces plateformes que devant un écran de télévision ou même à l'extérieur de chez nous.

Reprends le tunnel de vente. Maintenant dis-toi que ces plateformes sont tout en haut de l'entonnoir et contribuent tous les jours à faire entrer de nouveaux prospects.

Les réseaux sociaux sont une nouvelle vitrine pour être visible.

Penses-y, **en 1 clic** tu peux toucher 100, 1000, 10 000 personnes et plus.

Tu vas devenir un créateur de contenu, tout comme les blogueurs l'étaient à l'apogée de blogs il y a 20 ans.

Apporte de la valeur et tu seras attractif. Chaque plateforme a ses codes, son algorithme, sa propre évolution.

Les comportements diffèrent également d'un réseau à l'autre.

Mais tous mettront en avant ceux qui sont les plus actifs.

Les objectifs sont multiples pour toi : être visible, prospecter, échanger avec d'autres entrepreneurs, trouver des opportunités... toutefois **la raison principale demeure la constitution d'une communauté qui te suit.**



Plus tu partages du contenu, plus on t'identifiera comme **incontournable dans ton secteur d'activité. (top of mind)**

Pousse le raisonnement un peu plus loin : plus ces personnes apprécieront qui tu es, ce que tu fais et comment tu l'incarnes, et plus elles seront tentées par tes services le jour où le besoin se fera sentir.

Pousse encore un peu plus le raisonnement. **Bâtis une communauté élargie et engagée et elle sera ta meilleure ambassadrice.**

Retour à la case **bouche à oreille, mais virtuelle** cette fois-ci.

Il y a un élément que je n'ai pas encore cité, mais qui a bouleversé les habitudes.

Il s'agit **de la crise sanitaire et des confinements successifs.**

Au-delà des troubles qu'elle a engendrés chez beaucoup de personnes, elle a surtout créé une rupture cognitive dans nos manières de penser l'entreprise.

Un service peut être aussi bien délivré derrière un écran qu'en physique.

Le champ des possibles s'est ouvert, et les réseaux sociaux s'y sont engouffrés.

Alors **choisis un réseau social** pour commencer, et mise tout dessus.

- Instagram, TikTok et Youtube pour le format vidéo.
- LinkedIn et Twitter pour le format écrit.
- Facebook pour le format payant avec la publicité.

Je choisis ici de parler de LinkedIn et je vais t'expliquer pourquoi.

LinkedIn est **le réseau social numéro 1** des entrepreneurs et des entreprises.



S'il est plus difficile de bâtir une communauté, **la qualité de celle-ci sera plus forte que sur les autres plateformes.**

LinkedIn n'est plus la grande CVtech d'il y a 5 ans.
Finis les CV, les "Cher réseau", les formules de politesse, les sujets complexes pour paraître intelligent.

Bonjour les photos et vidéos, le storytelling, les opinions tranchées, et surtout les entrepreneurs prêts à s'emparer de la plateforme.

Sur les 27 millions de personnes présentes sur LinkedIn en France, seulement 5% sont actives. Les autres se contentent de regarder.

Comment fonctionne cette plateforme ? C'est simple :
Une publication et c'est une majorité de ton réseau qui la verra.
Chaque personne qui interagit avec elle permettra également à une partie de son réseau de la voir, et ainsi de suite.

L'algorithme est dit "ouvert", **pas besoin de payer pour être vu.**

Les publications sont ta vitrine, ton profil est ta page de vente.

Chaque personne intriguée par tes publications ira potentiellement sur ton profil **qui fait office de mini site internet, ou page de vente donc**. Le fameux entonnoir...

Voici **quelques essentiels à mettre sur ton profil**, dans l'ordre :

- Une photo claire et actuelle.
- Une bannière avec un message percutant.
- Un descriptif sous la photo avec une phrase sous forme de promesse.
- Un lien renvoyant directement sur ta page de vente ou ton site internet si tu en as un.
- Le mode créateur activé.
- Tes sujets de prédilection.
- Mets en avant une sélection de publications ou de liens en favoris.
- Et enfin, ton parcours et une petite biographie.

Voici une astuce que je recommande pour ne pas être découragé quand on commence :

Vas-y 10 minutes par jour pendant une semaine pour observer et assimiler la plateforme.

Puis commence à **modifier petit à petit ton profil**, en t'inspirant des profils d'autres utilisateurs sur la plateforme.

Ensuite, commence à **interagir** avec les personnes qui publient des contenus, en aimant leurs publications, en laissant des commentaires, ou en leur envoyant des messages privés.

Enfin rédige **ta première publication**, en te rappelant le chapitre sur le Personnel Branding.

Écris comme tu parles, sois toi-même et ne cherche pas à plaire.

On s'intéressera à ce que tu fais en sachant davantage qui tu es.

N'oublie pas, **il s'agit d'une course de fond.**

Cela pourrait prendre peut-être 6 mois ou plus pour avoir de premiers résultats.

Peut-être moins pour les plus avancés dans leur positionnement et leur "Mindset".

Ne compte pas sur les réseaux pour te faire vivre tout de suite, **compte dessus pour pérenniser et amplifier ton activité.**

Cependant avec l'évolution toujours plus accélérée des outils digitaux, de l'accès à la connaissance et des réseaux sociaux, **il est de plus en plus facile de trouver ses premiers clients rapidement.**

Tu l'as compris, il va falloir beaucoup de flexibilité et d'audace pour se lancer, **mais une fois lancée, c'est difficile de s'arrêter.**

CHAPITRE 8 : LES OUTILS DIGITAUX

Après avoir vu les supports d'acquisition et de visibilité avec les pages de vente ou réseaux sociaux, allons faire un tour du côté des outils.

Commençons par nous mettre à l'aise tout de suite.

Non seulement **tu n'as pas besoin d'être un expert en informatique** ou un "geek" mais en plus, personne ne maîtrise tous les outils tant il y en a.

Il s'agit donc de sélectionner les plus importants et intuitifs pour se lancer sereinement.

Point important : tous sont gratuits ou presque selon leur utilisation.

- **Abordons d'abord les sites internet :**

Voici deux plateformes très utilisées pour bâtir ton site :
Je conseille **Wix si tu pars de zéro, et WordPress si tu as déjà quelques connaissances en la matière.**

Même s'ils n'ont plus la même importance, tu peux réaliser tout seul ton site. **Ça a été le cas pour moi avec Onset Coaching.**

Une plateforme pour "l'héberger" avec un nom de domaine (pour lui permettre d'avoir un www.), par exemple **OVH**.

Avec seulement 10€ par mois, tu peux avoir un site.

- **Les illustrations ou logo :**

Canva comme une évidence. La plateforme la plus utilisée avec des fonctionnalités multiples.

Tu peux faire ton logo, tes cartes de visites, tes flyers, retoucher ta photo de profil.

Mais tu pourras aussi créer des présentations, des supports ou des ebooks.

Enfin, et surtout tu pourras t'amuser à créer des visuels et images pour tes réseaux sociaux.

Intuitif et gratuit pour une majorité de fonctionnalités, fonce.

- **Les pages de ventes :**

Tu peux également utiliser une plateforme comme WordPress, mais aujourd'hui, **il existe des plateformes plus faciles d'accès comme Système.io.**

Système.io, une plateforme française, te permet assez facilement de créer des pages de vente et des tunnels de vente.

Cela demandera un peu de pratique et peut-être le visionnage de quelques tutoriels pour démarrer, mais ça reste surmontable.

Il existe une *version gratuite et payante*.

Je te préconise également l'utilisation de **Linktree**, une plateforme qui te permet de centraliser tous tes liens si tu as plusieurs tunnels ou produits.

Enfin il y a aussi **Notion**, mais j'y reviens à la fin de ce chapitre.

- **Les plateformes de formation en ligne :**

Tu peux être tenté de devenir ce qu'on appelle "infopreneur".

C'est-à-dire que tu vends des formations de ton expertise en ligne en asynchrone ou en hybride.

L'avantage est simple : créer un produit digital passif qui te rapporte de l'argent à chaque inscription et sans y passer plus de temps puisque le produit existe et tourne tout seul.

On parle de "scaler" son activité, croître sans y consacrer plus de temps .

Pour cela, tu as Teachizy, Podia, Système.io, Kajabi pour ne citer que ces plateformes. **Pour ma part j'utilise Teachizy qui est simple et intuitif.**

Pour retrouver mon programme de coaching en ligne c'est ici :

12 étapes pour reprendre le contrôle de sa vie.

Des **solutions partenaires comme Stripe** te permettent d'intégrer une solution de paiement.

En revanche, à partir d'ici tu vas devoir payer un abonnement, 49€/mois pour Teachizy pour démarrer.

- **Les newsletters :**

Si tu souhaites fidéliser ta communauté et la faire sortir des réseaux sociaux, alors la newsletter est idéale.

Brevo est parfait pour ça, là encore version gratuite au départ largement suffisante.

- **L'intelligence artificielle pour tes textes :**

Pas la peine d'aller chercher bien loin, **utilise le précurseur ChatGpt, tu n'auras pas mieux.** La version gratuite peut suffire.

Imagine que tu doives écrire toute une page de vente pour convaincre, demande à ChatGpt de le faire en expliquant ce que tu souhaites et tu auras ton texte instantanément.

Tu souhaites rédiger des mails ou même des newsletters, idem.

Attention il ne te remplace pas, il te fait gagner du temps.

- **Les vidéos :**

J'utilise encore très peu le format vidéo, **mais Cap Cut est très connue** pour réaliser des montages et ajouter des sous-titres.

Autre point sur la vidéo, tu peux peut-être te demander sur quelle plateforme faire tes prestations en visio.

Pour cela il y a **Zoom**, mais c'est payant, et bien sûr **Google Meet** qui est gratuit.

Et enfin, dernier outil, mon coup de coeur : Notion



Notion, il offre presque toutes les fonctionnalités que nous venons de voir. J'ai ressenti un changement radical quand je l'ai découvert.

C'est simple, avec cet outil tu pourras prendre et ranger toutes tes notes, créer des pages de vente ou mini sites web sans nom de domaine et de manière instantanée, partager tes pages avec qui tu veux, intégrer des photos ou vidéos sur tes pages...

Bref presque tout.

Pour que tu puisses bien comprendre cette révolution :
Un des coachs que j'ai accompagnés n'avait pas de site internet et procrastinait face à l'ampleur de la tâche.

Lorsque je lui ai fait découvrir Notion, il a créé des pages de vente en 5 minutes, économisant un temps incroyable.

Alors les outils sont essentiels, mais ce qui l'est encore plus c'est la stratégie derrière tout ça.

CHAPITRE 9 : LA STRATÉGIE MARKETING

Disons-le clairement, sans stratégie marketing ces outils ne te servent à rien. Et c'est ici que les difficultés se corsent.

Assimiler ces outils et les maîtriser c'est une chose, mais intégrer une stratégie efficace en est une autre.

Et le plus simple pour cela, c'est de raisonner en termes d'acquisition client.

En 3 ans j'ai compris cela un peu tardivement, et c'est d'ailleurs pour cela que **j'ai voulu faire ce guide pour t'éviter de faire les mêmes erreurs.**

Mais qu'est-ce que ça veut dire raisonner en termes d'acquisition client ?

Ton but principal, au-delà de ta mission de vie ou raison d'être, c'est de pouvoir exercer ton activité et en vivre.

Sans quoi cela restera une passion mais pas un métier.

Voici l'erreur majeure que je vois dans mes accompagnements :

Les personnes qui sortent de formation pour se reconvertir visualisent à peu près ce qu'ils veulent devenir, et encore, **mais ils ne voient pas comment attirer les prospects.**

Ta stratégie marketing doit servir ton activité et tout ce qui en découle.

Raisonner en termes d'idéal c'est bien, mais raisonner en terme d'acquisition client c'est mieux.

La question à te poser est la suivante :

- Qu'est-ce qui fait que les personnes qui ne me connaissent pas vont suffisamment me faire confiance pour acheter une de mes prestations ?

Ton projet aussi génial soit-il ne suffit pas à lui-même.

Il va falloir réfléchir à tout un modèle dans lequel tu vas "rentrer dans la tête des gens".

Je te rassure, **tu peux le faire en restant toi-même.**

Ensuite seulement les outils digitaux seront utilisés au service de ce modèle.

Pour cela voici des termes que tu dois comprendre :

- **Inbound marketing :**

C'est le client qui vient à toi et pas l'inverse.

Exemple : tu publies régulièrement sur un réseau social et ton message touche une personne qui décide de te contacter.

C'est la manière la plus classique, on fait alors ce que l'on appelle de "l'organique", ton contenu travaille pour toi.

- **Outbound marketing :**

A l'inverse **tu contactes les personnes directement.**

Auparavant, cela passait par le téléphone, c'est toujours un peu le cas.

Aujourd'hui, le mailing ou message privé sur les réseaux sociaux fonctionnent très bien.

Une personne like ou commente une publication, c'est une occasion de la remercier et d'échanger avec elle sur ses besoins.

Attention, **le processus est plus intrusif que l'inbound marketing, autrement dit il faut aimer ça.**

Tu peux déléguer cette tâche à une personne spécialisée dans la prospection et le setting.

- **Le marketing conversationnel :**

il se situe **entre les deux concepts précédents.**

Tu interagis avec les personnes qui aiment ton contenu, **sans chercher à leur vendre tes prestations dans l'immédiat, mais plutôt construire une relation de confiance.**

Plus long mais moins intrusif et peut-être plus aligné si tu n'aimes pas vendre.

- **Lead magnet :**

il s'agit de **contenu gratuit en échange de l'obtention d'un mail**, exemple un ebook ou un guide pdf ou encore une mini formation vidéo.

L'objectif est double : obtenir des adresses mails pour faire ensuite du mailing et générer de la confiance en montrant la qualité de tes produits avant achat à tes prospects.

Très important, voir indispensable dans une stratégie marketing globale !

- **Mailing ou séquence d'email :**

Cela peut prendre la forme **d'une newsletter ou simplement d'un envoi groupé par mail** pour une offre.

C'est encore aujourd'hui un moyen efficace pour générer des ventes sur un produit ou un service donné.

- **Tunnel de vente :**

Cf. page 32

- **Bootcamp :**

Programme d'accompagnement collectif dans lequel **les apprenants évoluent ensemble comme une promotion et interagissent également entre eux.**

- **Enfin scaler :**

Tu ne pourras pas tout faire ni te décupler si tu souhaites accroître tes revenus.

Soit tu augmentes tes tarifs, et tu n'es pas obligé de multiplier les prestations, soit tu produis des prestations dans lesquelles ta présence diminue.

C'est le cas par exemple d'un Bootcamp ou d'une formation en ligne.

On va s'arrêter là, ce sont les principaux à savoir.

Rassure-toi si tu as le vertige c'est normal, tu n'as pas à tout maîtriser en même temps ce serait inutile.

Par exemple voici **une stratégie avec un modèle d'acquisition :**

- 1/ **Choisis un réseau social** et publie régulièrement dessus (au moins pendant 3 mois très régulièrement).
- 2/ **Crée un lead magnet** ou produit offert comme un ebook ou un guide PDF autour de ton expertise. Réalise-le avec CANVA pour la partie support, Notion pour la partie brainstorming ou prise de notes.
- 3/ Vas sur Système.io ou sur Notion pour **créer une "page de Capture"** c'est-à-dire une page simple où le prospect s'inscrit pour avoir le lead magnet en échange de son email consenti.

- 4/ Sur le réseau social, **fais-en la promotion** avec plusieurs publications.
- 5/ Toujours sur Système.io **créé des séquences d'emails ou une newsletter** hebdomadaire que tu enverras aux personnes. **Tu peux aussi utiliser Brevo pour ça.**
- 6/ Enfin de temps en temps dans cette séquence d'emails **propose des offres promotionnelles ou des échanges gratuits à tes prospects** qui seront pour certains prêts à passer à l'acte d'achat.
- 7/ **Répète, améliore, répète, améliore, répète...** jusqu'au jour où ta communauté et la qualité de ta stratégie suffisent à pérenniser ton activité sans effort.

Voici donc un modèle d'acquisition classique dans lequel les outils sont mis au service de la stratégie.

Ici c'est beaucoup de pratiques et d'itérations pour améliorer sa stratégie. Ne réfléchis pas trop, agis.



Voici un autre modèle plus rapide encore mais qui demande plus d'audace :

- 1/ **Choisis un réseau social** toujours et publie régulièrement.
- 2/ Une fois que tu obtiens une petite communauté, **travaille sur des webinaires ou Masterclass**. Ce sont aussi des moyen d'obtenir des emails. L'avantage c'est qu'on te voit et tu vas générer de la confiance beaucoup plus vite.
- 3/ **Utilise Meet ou zoom** pour la visio, Canva pour le support et ChatGpt pour t'aider à faire une trame.
- 4/ A l'issue du webinaire ou Masterclass, **propose des offres promotionnelles ou offre des accompagnements**. Soit des personnes achèteront, soit les offres gratuites peuvent se transformer en accompagnant payant.
- 4/ **Répète, améliore...**

Ce modèle est plus rapide et efficace, mais il demande un certain niveau de confiance.

Il y a bien entendu d'autres façons de faire, et je ne parle que des réseaux sociaux.

Si jamais tu doutes de l'efficacité de ces modèles, **pense à toutes les grandes marques qui inondent tes boîtes mails de newsletters**.

Le processus a été le même.

EPILOGUE

CHAPITRE 10 : LE TEMPS

Je dédie ce chapitre à une notion qui m'est chère à plusieurs égards : le temps.

Tout d'abord, le temps coule, très vite.

En PNL, il existe un exercice que l'on appelle ***le pont vers le futur***.

Cela consiste à **visualiser et ressentir un futur idéal** et souhaité puis de faire un lien avec le présent en imaginant ce qu'il manque pour combler le fossé.

Quand j'ai fait cet exercice, j'ai réalisé que j'étais loin de ce que je voulais.

Ne regrette pas le temps qui a coulé.

Ensuite, le temps en entrepreneuriat n'est plus le même, indéniablement.

On veut que tout aille vite, mais ça prend du temps paradoxalement.

Le flot incessant de l'information nous pousse à agir comme si nous étions pressés.

Une entreprise se stabilise au bout de 2 à 3 ans, pas avant.

Il faut parfois attendre 1 an ou plus avant une première réussite. Alors sois patient.

Mais l'effet cumulé te donnera toujours raison.

Tout ce que tu fais quotidiennement **contribuera à ta réussite future.**

Continue de croire en toi et de persévérer, les choses arriveront en temps et en heure.

Enfin, le temps qu'il me reste à m'épanouir dans cette aventure m'est inconnu.

Je ne suis pas à l'abri que tout ça s'écroule ou que je n'ai plus l'énergie pour me réinventer et prendre des risques.

Mais ce que je sais, c'est que l'intensité avec laquelle je vis chaque jour désormais vaut toutes les prises de risques futures.

Mon seul but est de te permettre de réaliser ce qui compte pour toi, de t'aider à surmonter ta peur d'échouer et de te faire gagner trois ans.



Qui que tu sois, si tu as lu jusqu'ici c'est que tu as la furieuse envie de te réaliser.

Tu fais face à différentes peurs et c'est normal.

Tes peurs sont tes plus grandes conseillères.
Elles en disent bien plus sur toi que ce que tu crois.

Ne passe pas ta vie à te former, tu ne seras pas plus crédible qu'avant.

Pire tu renforceras ton possible syndrome de l'imposteur.

Expérimente avec joie, et découvre le plaisir de faire des erreurs et de se relever.

La vie n'est pas un long fleuve tranquille, c'est une mer déchaînée en pleine tempête... à toi de décider sur quel bateau naviguer.

5 jours pour lancer ton activité de coach étape par étape et en toute simplicité !

FORMATION OFFERTE



**MERCI ET À BIENTÔT !
CÉDRIC**

**J'ESPÈRE QUE CE GUIDE T'A PLU ET QU'IL TE
DONNERA DES CLÉS POUR TE METTRE EN
MOUVEMENT.**

**Ecris-moi et dis-moi ce que tu en as
pensé, je réponds à tous mes mails !**



cedric@boostcamp-coaching.fr



Retrouve-moi sur Linkedin

**Et contacte-moi si toi aussi tu veux
passer à l'action, vraiment.**

