

E - CRÉAVIE

FORMATION EN PERSONNALISATION

PLANNER DE LANCEMENT

Lance ton business en personnalisation

De l'idée à ta première vente.
Toutes les étapes, tous les calculs,
tout le suivi, dans un seul carnet.

8 PHASES · 90 JOURS

Ce planner appartient à

.....

E - CRÉAVIE

Bienvenue

Lis cette page en premier.

Tu tiens la feuille de route complète pour transformer ton envie de créer en une vraie activité. Pas de théorie inutile : chaque page te demande une action, une décision ou un chiffre. Tout le vocabulaire compliqué est expliqué en français simple, page suivante.

COMMENT L'UTILISER

- ☐ **Une phase à la fois.** Ne saute pas les fondations pour acheter du matériel. C'est l'erreur numéro 1.
- ☐ **Écris, ne réfléchis pas seulement.** Ce qui n'est pas écrit n'existe pas.
- ☐ **Coche.** Chaque case cochée est une preuve de ton avancement les jours de doute.
- ☐ **Reviens en arrière.** Ton offre et tes prix vont évoluer : ces pages sont vivantes.

LE PARCOURS EN 8 PHASES

1. Fondations et vision > **2.** Marché et cliente idéale > **3.** Offre et produits > **4.** Matériel et fournisseurs > **5.** Prix et rentabilité > **6.** Marque et administratif > **7.** Visibilité et lancement > **8.** Suivi et pilotage

Rappel : tu n'as pas besoin d'être prête. Tu as besoin de commencer. La perfection viendra avec la cinquantième commande, pas avant la première.

Le vocabulaire, en clair

Tu n'as pas besoin d'un diplôme. Juste de ces mots.

Chiffre d'affaires (CA) : tout l'argent encaissé par ton activité, avant d'avoir payé quoi que ce soit. Ce n'est pas ton salaire.

Coût de revient : tout ce qu'un produit te coûte avant que tu gagnes quoi que ce soit (matière, ton temps, ta part de charges).

Marge : ce qui reste quand tu retires le coût de revient du prix de vente. C'est là que se cache ton salaire.

Bénéfice : ce qui te reste vraiment à la fin du mois, une fois toutes les charges et cotisations payées.

Charges fixes : ce que tu paies chaque mois même si tu ne vends rien (abonnements, logiciels, électricité, assurance).

Charges variables : ce que tu paies seulement quand tu produis (vinyle, textile, encre, emballage, port).

Seuil de rentabilité : le montant de ventes à atteindre pour ne pas perdre d'argent. En dessous, tu paies pour travailler.

Panier moyen : le montant moyen dépensé par une cliente en une commande. Total encaissé divisé par le nombre de commandes.

Trésorerie : l'argent réellement disponible sur ton compte aujourd'hui. Une entreprise rentable peut mourir sans trésorerie.

Clientèle idéale (ou persona) : le portrait précis de la personne à qui tu vends. Une seule personne, pas « les femmes ».

Positionnement : la place que tu occupes dans la tête de ta cliente. La raison qui fait qu'elle achète chez toi et pas ailleurs.

Niche : un morceau précis du marché. Moins de monde, mais des gens qui se sentent enfin compris.

Le vocabulaire, en clair

Suite. Reviens à ces deux pages dès qu'un mot te bloque.

Taux de marge : la part du prix de vente qui te reste une fois le coût de revient payé. 30 % minimum. Formule : $\text{prix de vente} = \text{coût de revient} \div (1 - \text{taux de marge})$.

Taux horaire : ce que tu décides de te payer pour une heure de travail. Un minimum de 20 € de l'heure est recommandé.

URSSAF : l'organisme qui collecte tes cotisations sociales en France. Elles financent ta santé et ta retraite.

Cotisations sociales : un pourcentage de ton chiffre d'affaires versé à l'URSSAF. En micro-entreprise, elles se calculent sur ce que tu encaisses, pas sur ce que tu gagnes.

SIRET : le numéro d'identification unique de ton entreprise. Il doit figurer sur toutes tes factures.

Franchise en base de TVA : le régime par défaut en micro-entreprise. Tu ne factures pas de TVA et tu ne la récupères pas, tant que ton chiffre d'affaires reste sous les seuils légaux.

Devis : une proposition de prix envoyée avant le travail. Signé par la cliente, il vaut contrat.

Facture : le document légal émis après la vente. Elle prouve la transaction et sert de justificatif comptable.

Livre des recettes : le registre obligatoire où tu notes chaque encaissement, dans l'ordre, sans blanc ni rature.

Ligne éditoriale : le fil rouge de ce que tu publies. Ce dont tu parles, à qui, et sur quel ton.

Appel à l'action : la phrase qui dit clairement à ta cliente quoi faire ensuite (commander, écrire, cliquer).

Taux de conversion : le pourcentage de personnes qui achètent parmi celles qui ont vu ton offre.

Preuve sociale : tout ce qui montre que d'autres t'ont déjà fait confiance (avis, photos de clientes, témoignages).

Sommaire

REPÈRES

Le vocabulaire, en clair	3
--------------------------	---

PHASE 1 • FONDATIONS ET VISION

Mon pourquoi	7
Ma vision à 12 mois	8
Mes objectifs SMART	9
Mon temps disponible	10

PHASE 2 • MARCHÉ ET CLIENTE IDÉALE

Ma cliente idéale	12
Étude de la concurrence	13
Ma différence	14

PHASE 3 • OFFRE ET PRODUITS

Ma technique principale	16
Mon catalogue de départ	17
Fiche produit remplie (exemple)	18
Fiches produit à remplir	19

PHASE 4 • MATÉRIEL ET FOURNISSEURS

Investissement de départ	25
Mes fournisseurs	26
Suivi des stocks	27

PHASE 5 • PRIX ET RENTABILITÉ

Comprendre son prix	29
Les formules, pas à pas	30
Le temps de création du visuel	32
Les frais de vente	33
Un exemple chiffré en entier	34

Est-ce que je me paie deux fois ?	35
-----------------------------------	----

Se situer face à la concurrence	36
---------------------------------	----

Fiches de calcul à remplir	37
----------------------------	----

Ma grille tarifaire interne	42
-----------------------------	----

Mon seuil de rentabilité	43
--------------------------	----

Exercices et corrigés	44
-----------------------	----

PHASE 6 • MARQUE ET ADMINISTRATIF

Mon identité de marque	47
------------------------	----

Checklist administrative	48
--------------------------	----

Mon modèle de devis	49
---------------------	----

Mon modèle de facture	51
-----------------------	----

Facturation électronique	53
--------------------------	----

PHASE 7 • VISIBILITÉ ET LANCEMENT

Mes réseaux et ma vitrine	55
---------------------------	----

Ma ligne éditoriale	56
---------------------	----

Calendrier de contenu	57
-----------------------	----

Plan de lancement 30 jours	58
----------------------------	----

PHASE 8 • SUIVI SUR 90 JOURS ET COMPTABILITÉ

Mes 13 semaines de suivi	60
--------------------------	----

Suivi des commandes sur 12 mois	73
---------------------------------	----

Livre des recettes	85
--------------------	----

Registre des achats	87
---------------------	----

Mes cotisations URSSAF	88
------------------------	----

Bilan mensuel	89
---------------	----

Bilan des 90 jours	92
--------------------	----

Ma roadmap 12 mois	93
--------------------	----

01

Fondations et vision

Avant le matériel, avant le logo, avant Instagram : sais-tu
pourquoi tu te lances et où tu vas ?

SEMAINE 1

Mon pourquoi

Le carburant des jours difficiles.

JE ME LANCE PARCE QUE...

.....

.....

.....

SI MON BUSINESS FONCTIONNE, MA VIE CHANGE COMMENT ?

.....

.....

.....

CE QUE JE REFUSE DE SACRIFIER (FAMILLE, VALEURS, SANTÉ, TEMPS)

.....

.....

.....

Relis cette page chaque fois que tu penses à abandonner. C'est exactement pour ça qu'elle existe.

MON ACTIVITÉ EST...

Mes objectifs SMART

Un objectif SMART est un objectif **S**pécifique (précis), **M**esurable (avec un chiffre), **A**tteignable (réaliste pour toi), **R**élevant en anglais, donc pertinent (utile à ton but), et **T**emporel (avec une date limite). Sans chiffre ni date, ce n'est pas un objectif : c'est un souhait.

COMPARAISON

« Avoir plus de clientes. » Aucun chiffre, aucune date : impossible de savoir si c'est réussi.

Version SMART : « Obtenir 8 commandes par mois d'ici le 30 novembre, avec un panier moyen de 35 €. »

Je saurai que c'est réussi quand... j'aurai encaissé 280 € sur le mois de novembre et que mon livre des recettes affichera 8 lignes.

OBJECTIF 3 MOIS

JE SAURAI QUE C'EST RÉUSSI QUAND...

OBJECTIF 6 MOIS

JE SAURAI QUE C'EST RÉUSSI QUAND...

OBJECTIF 12 MOIS

JE SAURAI QUE C'EST RÉUSSI QUAND...

Mon temps disponible

On ne construit pas sur du temps imaginaire.

MES CRÉNEAUX RÉELS DE TRAVAIL CETTE SEMAINE

JOUR	CRÉNEAU	DURÉE	TÂCHE PRÉVUE
------	---------	-------	--------------

TOTAL HEURES PAR SEMAINE

MON MOMENT LE PLUS PRODUCTIF

5 heures par semaine bien utilisées valent mieux que 20 heures fantasmées. Sois honnête, pas ambitieuse.

02

Marché et cliente idéale

Tu ne vends pas « du personnalisé ». Tu résous le problème d'une personne précise. Trouve-la.

Ma cliente idéale

La cliente idéale (les marketeurs disent « persona ») est le portrait détaillé d'**une seule personne** représentant celles à qui tu veux vendre. On lui donne un prénom, un âge, un quotidien. Pourquoi ? Parce qu'on écrit mieux quand on parle à quelqu'un plutôt qu'à une foule.

PRÉNOM

ÂGE

SA SITUATION (FAMILLE, TRAVAIL, BUDGET, LIEU DE VIE)

CE QU'ELLE CHERCHE VRAIMENT (L'ÉMOTION, PAS LE PRODUIT)

SES FREINS À L'ACHAT (PRIX, DÉLAI, CONFIANCE, DOUTE)

OÙ ELLE PASSE SON TEMPS EN LIGNE

Test : si tu ne peux pas dire à qui tu ne vends **pas**, ta cible est encore trop large.

Étude de la concurrence

Observe 4 comptes ou boutiques qui font ce que tu veux faire.

NOM OU COMPTE	CE QU'ELLE VEND	PRIX	SA FORCE	SA FAIBLESSE
---------------	-----------------	------	----------	--------------

CE QUE JE PEUX FAIRE MIEUX OU AUTREMENT

LE PRIX MOYEN CONSTATÉ SUR MON MARCHÉ

Attention : observer n'est pas copier. Tu cherches le trou dans le marché, pas un modèle à imiter.

Ma différence

Le positionnement est la phrase qui répond à une seule question : « pourquoi elle, et pas une autre ? ». Elle tient en une ligne et elle est concrète. Ta différence n'est presque jamais ta machine : c'est ton univers, ton service, ta niche.

LA FORMULE

J'aide (qui) à (quel résultat) grâce à (quoi), sans (le frein).

DEUX EXEMPLES

« J'aide les mamans qui organisent l'anniversaire de leur enfant à obtenir une décoration digne de Pinterest grâce à des kits personnalisés livrés prêts à poser, sans passer trois soirées à découper du carton. »

« J'aide les petites marques artisanales à avoir un packaging qui se remarque grâce à des étiquettes personnalisées dès 20 pièces, sans commande minimum de 500 unités. »

MA PHRASE DE POSITIONNEMENT

.....

.....

.....

MES 3 ATOUTS UNIQUES

1.

2.

3.

MON STYLE VISUEL EN 3 MOTS

.....

03

Offre et produits

Mieux vaut 3 produits maîtrisés qu'un catalogue de 40 références que tu ne sais pas produire.

SEMAINE 3

Ma technique principale

Choisis-en une. Les autres viendront après.

JE ME SPÉCIALISE D'ABORD EN

- ☐ Vinyle, flex et flock (Cricut, Silhouette)
- ☐ Sublimation
- ☐ Broderie machine
- ☐ Papeterie et impression (Canva)
- ☐ Gravure et découpe laser
- ☐ Impression DTF
- ☐ Autre : _____

POURQUOI CE CHOIX ?

MON NIVEAU ACTUEL

Débutante

J'ai testé

Je maîtrise

J'enseigne

CE QUE JE DOIS ENCORE APPRENDRE AVANT DE VENDRE

La règle des 10 : réalise 10 exemplaires du même produit avant de le mettre en vente. Tu connaîtras ton temps réel et tes ratés.

Mon catalogue de départ

3 à 5 produits maximum.

PRODUIT	SUPPORT	OCCASION OU USAGE	TEMPS PROD.	PRIX CIBLE

MON PRODUIT SIGNATURE (CELUI QU'ON RETIENDRA)

CE QUE JE NE FERAIS PAS (MES LIMITES)

Un produit signature est celui que tu montres partout, que tu maîtrises les yeux fermés et qui te fait reconnaître. Tout le reste gravite autour.

Fiche produit : l'exemple

Voici à quoi ressemble une fiche bien remplie.

Nom du produit	Tote-bag prénom fleuri
Référence	TB-001
Description vendeuse	Un tote-bag en coton épais, floqué au prénom de votre choix dans une couronne de fleurs. Le cadeau de maîtresse dont on se souvient.
Matières et consommables	Tote-bag coton, flex pailleté (motif 20 × 15 cm), pochette kraft, étiquette
Temps de fabrication	15 minutes
Options et variantes	7 coloris de flex, 3 polices
Délai annoncé	5 jours ouvrés
Coût de revient	10,80 €
Prix de vente	25,00 €
Entretien	Lavage à 30°, sur l'envers, sans sèche-linge

La description vendeuse ne décrit pas le produit : elle décrit ce que la cliente va ressentir. « Coton 280 g » informe, « le cadeau dont on se souvient » donne envie. Mets les deux.

Fiche produit n° 1

Une fiche par référence de ton catalogue.

NOM DU PRODUIT	RÉFÉRENCE
----------------	-----------

DESCRIPTION VENDEUSE (3 LIGNES MAXIMUM)

.....

.....

.....

MATIÈRES ET CONSOMMABLES NÉCESSAIRES

.....

.....

.....

TEMPS DE FABRICATION	DÉLAI ANNONCÉ
----------------------	---------------

OPTIONS ET VARIANTES

.....

.....

COÛT DE REVIENT	PRIX DE VENTE
-----------------	---------------

CONSEILS D'ENTRETIEN À DONNER À LA CLIENTE

.....

.....

Fiche produit n° 2

Une fiche par référence de ton catalogue.

NOM DU PRODUIT	RÉFÉRENCE
----------------	-----------

DESCRIPTION VENDEUSE (3 LIGNES MAXIMUM)

.....

.....

.....

MATIÈRES ET CONSOMMABLES NÉCESSAIRES

.....

.....

.....

TEMPS DE FABRICATION	DÉLAI ANNONCÉ
----------------------	---------------

OPTIONS ET VARIANTES

.....

.....

COÛT DE REVIENT	PRIX DE VENTE
-----------------	---------------

CONSEILS D'ENTRETIEN À DONNER À LA CLIENTE

.....

.....

Fiche produit n° 3

Une fiche par référence de ton catalogue.

NOM DU PRODUIT	RÉFÉRENCE
----------------	-----------

DESCRIPTION VENDEUSE (3 LIGNES MAXIMUM)

.....

.....

.....

MATIÈRES ET CONSOMMABLES NÉCESSAIRES

.....

.....

.....

TEMPS DE FABRICATION	DÉLAI ANNONCÉ
----------------------	---------------

OPTIONS ET VARIANTES

.....

.....

COÛT DE REVIENT	PRIX DE VENTE
-----------------	---------------

CONSEILS D'ENTRETIEN À DONNER À LA CLIENTE

.....

.....

Fiche produit n° 4

Une fiche par référence de ton catalogue.

NOM DU PRODUIT	RÉFÉRENCE
----------------	-----------

DESCRIPTION VENDEUSE (3 LIGNES MAXIMUM)

.....

.....

.....

MATIÈRES ET CONSOMMABLES NÉCESSAIRES

.....

.....

.....

TEMPS DE FABRICATION	DÉLAI ANNONCÉ
----------------------	---------------

OPTIONS ET VARIANTES

.....

.....

COÛT DE REVIENT	PRIX DE VENTE
-----------------	---------------

CONSEILS D'ENTRETIEN À DONNER À LA CLIENTE

.....

.....

Fiche produit n° 5

Une fiche par référence de ton catalogue.

NOM DU PRODUIT	RÉFÉRENCE
----------------	-----------

DESCRIPTION VENDEUSE (3 LIGNES MAXIMUM)

.....

.....

.....

MATIÈRES ET CONSOMMABLES NÉCESSAIRES

.....

.....

.....

TEMPS DE FABRICATION	DÉLAI ANNONCÉ
----------------------	---------------

OPTIONS ET VARIANTES

.....

.....

.....

COÛT DE REVIENT	PRIX DE VENTE
-----------------	---------------

CONSEILS D'ENTRETIEN À DONNER À LA CLIENTE

.....

.....

04

Matériel et fournisseurs

Achète ce dont tu as besoin pour vendre. Pas ce qui fait joli sur les vidéos des autres.

SEMAINE 4

Investissement de départ

Sépare l'indispensable du confort.

INDISPENSABLE POUR MA PREMIÈRE VENTE

ÉLÉMENT	FOURNISSEUR	PRIX	✓

PLUS TARD (QUAND LE CHIFFRE D'AFFAIRES LE PERMETTRA)

ÉLÉMENT	PRIX ESTIMÉ	DÉCLENCHEUR D'ACHAT

BUDGET TOTAL ENGAGÉ

BUDGET MAXIMUM AUTORISÉ

Ne t'endette pas pour démarrer. Un budget serré force la créativité et t'oblige à vendre vite.

Mes fournisseurs

Toujours en avoir deux par consommable clé.

FOURNISSEUR	CE QUE J'ACHÈTE	DÉLAI	FRAIS DE PORT	NOTE SUR 5

MON FOURNISSEUR DE SECOURS EN CAS DE RUPTURE DE STOCK

Commande des échantillons avant de commander en gros. Un blanc n'est jamais le même blanc d'un fournisseur à l'autre.

Suivi des stocks

Coche quand tu passes sous le seuil.

CONSOMMABLE	QUANTITÉ EN STOCK	SEUIL MINIMUM	À RECOMMANDER

Fais ce point **le même jour chaque semaine**. Une rupture de vinyle un dimanche soir avec une commande urgente, ça n'arrive qu'une fois.

05

Prix et rentabilité

Le prix n'est pas une intuition, c'est un calcul. Vendre à perte
n'est pas de la gentillesse.

Comprendre son prix

Lis ces pages avant de remplir quoi que ce soit.

Le principe : un prix se construit de bas en haut. On additionne d'abord tout ce que le produit coûte, c'est le **coût de revient**, puis on ajoute une marge. On ne part jamais du prix de la concurrente.

LES 3 BLOCS DU COÛT DE REVIENT

- 1. La matière.** Tout ce que tu consommes pour une pièce : le support, le vinyle, l'encre, le fil, l'emballage, l'étiquette.
- 2. Ton temps de fabrication.** Oui, c'est un coût. C'est le salaire de tes mains pour les minutes passées sur cette pièce.
- 3. Ta part de charges fixes.** Ton abonnement Canva et ton électricité se paient aussi avec tes ventes.

CE QU'ON OUBLIE PRESQUE TOUJOURS

Les cotisations URSSAF. Elles prélèvent 12,3 % de tout ce que tu encaisses.

Les frais de vente. Selon ton canal, une plateforme peut se servir au passage (voir plus loin).

Le temps de création du visuel. Il se compte à part du temps de fabrication. Une page entière y est consacrée.

Les ratés. Un textile brûlé, un prénom mal orthographié : compte environ 5 % de casse.

La règle d'or : ton prix doit couvrir le coût de revient, les cotisations, les frais de vente, les ratés, **et** te laisser une marge. S'il ne couvre que la matière, tu offres ton travail.

Les formules, pas à pas

Zéro par cœur. Tu recopies, tu remplaces les mots par tes chiffres.

FORMULE 1 · LA SURFACE D'UN MOTIF

$$\text{largeur (cm)} \times \text{hauteur (cm)} = \text{surface (cm}^2\text{)}$$

À quoi ça sert : le flex, le flock et le vinyle se vendent à la surface. Plus ton motif est grand, plus il coûte. Il faut donc d'abord mesurer sa surface. Un « cm² » (centimètre carré) est un petit carré de 1 cm de côté ; on compte combien il y en a dans ton motif.

Exemple : un motif de 20 cm de large et 15 cm de haut. Calcul : $20 \times 15 = 300 \text{ cm}^2$.

FORMULE 2 · LE PRIX D'UN CM² DE FLEX

$$\text{prix de la feuille} \div (\text{largeur} \times \text{hauteur de la feuille}) = \text{prix d'un cm}^2$$

À quoi ça sert : avant de savoir ce que coûte ton motif, tu dois savoir ce que coûte un seul petit carré de ta feuille. Imagine une tablette de chocolat : tu cherches le prix d'un carreau.

Exemple : une feuille de 30 cm × 50 cm coûte 4 €. Sa surface : $30 \times 50 = 1\,500 \text{ cm}^2$.

Prix d'un cm² : $4 \div 1\,500 = 0,0027 \text{ €}$ (arrondi).

FORMULE 3 · LE COÛT DU FLEX DE TON MOTIF

$$\text{surface du motif} \times \text{prix d'un cm}^2 = \text{coût du flex}$$

Exemple : motif de 300 cm², prix d'un cm² de 0,0027 €. Calcul : $300 \times 0,0027 = 0,80 \text{ €}$.

Voilà ce que te coûte vraiment le flex de ce tote-bag. Loin des « je mets 3 € au pif ».

Astuce : mesure toujours ton motif **avec** ses marges de découpe, pas au ras du dessin. Tu ne colles jamais deux motifs bord à bord sur la feuille.

Les formules, pas à pas

Suite. Garde ces pages sous les yeux quand tu remplis tes fiches.

FORMULE 4 · LE COÛT DE TON TEMPS

$$(\text{minutes} \div 60) \times \text{taux horaire} = \text{coût du temps}$$

À quoi ça sert : te payer pour les minutes passées à fabriquer. Une heure fait 60 minutes ; pour transformer des minutes en heures, on divise par 60. Ton **taux horaire minimum recommandé est de 20 €**.

Exemple : 15 minutes de travail. Calcul : $(15 \div 60) \times 20 = 0,25 \times 20 = \mathbf{5,00 \text{ €}}$.

Repères : 30 min = 10 € · 20 min = 6,67 € · 1 h = 20 €.

FORMULE 5 · TA PART DE CHARGES FIXES

$$\text{charges du mois} \div \text{nombre de pièces vendues dans le mois} = \text{part par pièce}$$

Exemple : 60 € de charges (abonnements, électricité), 30 pièces vendues. Calcul : $60 \div 30 = \mathbf{2,00 \text{ €}}$ par pièce.

FORMULE 6 · LE COÛT DE REVIENT

$$\text{matière} + \text{temps} + \text{charges} = \text{coût de revient}$$

Exemple : 3,80 € de matière + 5,00 € de temps + 2,00 € de charges = **10,80 €**. C'est le plancher : en dessous de ce prix, tu perds de l'argent.

FORMULE 7 · LE PRIX DE VENTE

$$\text{coût de revient} \div (1 - \text{taux de marge}) = \text{prix de vente}$$

À quoi ça sert : on ne multiplie pas au hasard. On choisit la part du prix qu'on veut garder, le **taux de marge** : 30 % minimum, 50 % conseillé. Le « 1 » veut juste dire « le prix entier, soit 100 % ».

Exemple, marge 50 % : $10,80 \div (1 - 0,50) = 10,80 \div 0,50 = \mathbf{21,60 \text{ €}}$.

Raccourcis : marge 30 % → ÷ 0,70 · marge 40 % → ÷ 0,60 · marge 50 % → ÷ 0,50.

Pourquoi diviser et pas multiplier ? Parce que la marge est un morceau du **prix final**, pas du coût. Diviser par 0,50 revient à dire « mon coût représente la moitié du prix, l'autre moitié est ma marge ».

Le temps de création du visuel

Le piège qui fait travailler à perte, surtout en papeterie.

Il y a deux temps très différents. Le **temps de fabrication** se répète à chaque pièce (découper, presser, emballer). Le **temps de création du visuel** n'arrive qu'une fois : tu dessines le modèle une seule fois, puis tu le réutilises. Les compter pareil, c'est soit te ruiner, soit te sous-payer.

CAS 1 • UN MODÈLE QUE TU REVENDS PLUSIEURS FOIS

Tu **amortis** la création : tu répartis son coût sur toutes les ventes prévues.

FORMULE 8 • AMORTIR UNE CRÉATION

temps de création (en €) ÷ nombre de ventes prévues = part par vente

Exemple : tu dessines un faire-part en 2 h. Coût : $(120 \div 60) \times 20 = 2 \times 20 = 40$ €. Tu penses le vendre 40 fois. Calcul : $40 \div 40 = 1,00$ € à ajouter au coût de chaque exemplaire. Indolore.

CAS 2 • UNE CRÉATION SUR MESURE, UNIQUE

Une papeterie personnalisée pour une seule cliente ne se revend à personne. Tu factures alors la création **une fois, en entier**, sur une ligne à part : « frais de création » ou « frais de personnalisation ». Compte le temps réel $\times 20$ €, souvent entre 15 € et 40 €. La cliente comprend qu'elle paie ton travail de conception, pas seulement le papier.

À retenir : le visuel se paie une fois. Soit tu le dilues sur beaucoup de ventes (cas 1), soit tu le factures d'un coup à la cliente unique (cas 2). Jamais les deux, jamais zéro.

Les frais de vente

La réponse à « 10 %, c'est trop, non ? » : ça dépend de ton canal.

Les frais de vente sont ce qu'une plateforme ou une banque prélève quand tu encaisses. **Ils ne sont pas fixes : ils dépendent de par où passe l'argent.** Vendre en main propre ne coûte rien. Vendre sur une grande place de marché coûte le plus cher.

TON CANAL DE VENTE	FRAIS APPROXIMATIFS	SUR 25 €
Main propre ou virement	0 %	0,00 €
Lien de paiement (SumUp, Stripe)	environ 2 %	0,50 €
PayPal	environ 3 %	0,75 €
Etsy (commission + transaction)	environ 9 %	2,25 €
Shopify	abonnement + environ 2 %	0,50 € + abo.

Donc **oui, 10 % c'était trop** comme règle générale : ce chiffre ne vaut que pour Etsy ou assimilé. Pour tes ventes en direct, mets **0 %**. Vérifie les taux exacts de ta plateforme, ils changent chaque année.

MON CANAL PRINCIPAL ET MES FRAIS RÉELS

Un exemple chiffré en entier

Le tote-bag prénom fleuri, réaliste, de la matière au bénéfice.

1 • Le coût de revient

Tote-bag coton (prix d'achat)	2,50 €
Flex : motif 300 cm ² × 0,0027 € (formules 1 à 3)	0,80 €
Pochette kraft et étiquette	0,50 €
Sous-total matière	3,80 €
Temps de fabrication : 15 min, soit 0,25 h × 20 €	5,00 €
Charges fixes : 60 € ÷ 30 pièces	2,00 €
Coût de revient total	10,80 €

2 • Le prix de vente

Marge 50 % : 10,80 ÷ 0,50	21,60 €
Prix affiché, arrondi (plafond du marché : 25 €)	25,00 €

3 • Ce qu'il reste vraiment (vente en direct, 0 % de frais)

Prix de vente	25,00 €
Coût de revient (dont 5 € pour tes mains)	– 10,80 €
URSSAF : 12,3 % de 25 €	– 3,08 €
Marge de l'entreprise	11,12 €

Tu vends au plafond du marché (25 €) tout en gardant une marge saine, parce que tes coûts sont maîtrisés. Le même tote-bag facturé 15 € « pour faire moins cher » ne laisse plus que 2,36 € de marge une fois le coût de revient et l'URSSAF payés : à peine de quoi couvrir le temps que tu ne factures pas. En dessous de 12,30 €, tu perds carrément de l'argent.

Est-ce que je me paie deux fois ?

La question juste. La réponse est non.

Ton temps est compté **une seule fois**, dans le coût de revient (les 5 €). L'URSSAF retirée ensuite n'est pas une deuxième version de ton salaire : c'est une taxe. Et la marge qui reste n'est pas un second salaire non plus. Décomposons.

LES 5 € DE TES MAINS

C'est le salaire des 15 minutes réellement passées à fabriquer **ce** tote-bag. Compté une fois, dans le coût de revient. Point.

LES 11,12 € DE MARGE

Ce n'est pas un deuxième salaire pour les mêmes 15 minutes. C'est la réserve de ton **entreprise**. Elle paie tout le temps que tu ne factures jamais : créer les visuels, répondre aux messages, faire la compta, publier, gérer les ratés. Ce qui survit après, c'est ton vrai profit.

CE QUI ATTERRIT VRAIMENT SUR TON COMPTE

25 € encaissés – 3,80 € de matière – 2,00 € de charges – 3,08 € d'URSSAF = **16,12 €**.

Ces 16,12 €, c'est toi qui les gardes : 5 € pour tes mains + 11,12 € pour ton entreprise. Une seule personne au bout : toi. Mais deux casquettes, et aucun euro compté deux fois.

En clair : tu portes deux casquettes. L'ouvrière (payée à l'heure) et la cheffe d'entreprise (payée par la marge). Séparer les deux t'évite de croire que tu es rentable alors que tu ne fais que te payer tes heures.

Se situer face à la concurrence

Ton calcul donne un prix. Le marché donne un cadre. On les fait dialoguer.

Ton prix calculé est ton **plancher** : jamais en dessous. La concurrence te donne un **repère**, pas un ordre. L'erreur serait de copier son prix sans connaître ses coûts : peut-être qu'elle se sous-paie.

LES PRIX QUE JE CONSTATE AUTOUR DE MOI

CONCURRENTE	SON PRIX	SA QUALITÉ PERÇUE
-------------	----------	-------------------

--	--	--

MON PRIX CALCULÉ

PRIX MOYEN DU MARCHÉ

COMMENT DÉCIDER

Ton prix est proche du marché : parfait, tu es dans la fourchette. Vends.

Ton prix est plus haut : ne baisse pas d'abord, **justifie** d'abord. Qualité, finitions, service, emballage, délai. Si rien ne le justifie, revois tes coûts avant ton prix.

Ton prix est plus bas : ne te réjouis pas trop vite. Vérifie que tu n'as rien oublié dans tes coûts. Si tout est juste, tu as de la marge pour monter.

S'aligner sans se brader : pour justifier un prix un peu plus élevé, on n'ajoute pas du coût, on ajoute de la **valeur perçue** : une pochette soignée, un mot manuscrit, une photo du produit fini. Ça coûte quelques centimes et ça vaut plusieurs euros aux yeux de la cliente.

Fiche de calcul n° 1

Produit : _____

1 • COÛT MATIÈRE (FLEX : FORMULES 1 À 3)

ÉLÉMENT	COÛT UNITAIRE	QUANTITÉ	TOTAL

Sous-total matière : _____

2 • TEMPS (FORMULE 4)

(_____ min ÷ 60) × 20 € (minimum) = **coût du temps** : _____

Création du visuel amortie (formule 8), s'il y a lieu : _____

3 • CHARGES (FORMULE 5) ET COÛT DE REVIENT (FORMULE 6)

Charges du mois _____ ÷ pièces vendues _____ = _____

Matière + temps + charges = **coût de revient** : _____

4 • PRIX DE VENTE (FORMULE 7, MARGE 30 % MINIMUM)

Coût de revient _____ ÷ 0,70 = **prix minimum** : _____

Coût de revient _____ ÷ 0,50 = **prix conseillé** : _____ · Prix arrondi : _____

5 • VÉRIFICATION : CE QUI RESTE

Prix _____ – coût de revient _____ – URSSAF 12,3 % _____ – frais de vente (ton canal) _____

= **Marge de l'entreprise** : _____ Si c'est négatif, remonte ton taux de marge.

Fiche de calcul n° 2

Produit : _____

1 · COÛT MATIÈRE (FLEX : FORMULES 1 À 3)

ÉLÉMENT	COÛT UNITAIRE	QUANTITÉ	TOTAL

Sous-total matière : _____

2 · TEMPS (FORMULE 4)

(_____ min ÷ 60) × 20 € (minimum) = **coût du temps** : _____

Création du visuel amortie (formule 8), s'il y a lieu : _____

3 · CHARGES (FORMULE 5) ET COÛT DE REVIENT (FORMULE 6)

Charges du mois _____ ÷ pièces vendues _____ = _____

Matière + temps + charges = **coût de revient** : _____

4 · PRIX DE VENTE (FORMULE 7, MARGE 30 % MINIMUM)

Coût de revient _____ ÷ 0,70 = **prix minimum** : _____

Coût de revient _____ ÷ 0,50 = **prix conseillé** : _____ · Prix arrondi : _____

5 · VÉRIFICATION : CE QUI RESTE

Prix _____ – coût de revient _____ – URSSAF 12,3 % _____ – frais de vente (ton canal) _____

= **Marge de l'entreprise** : _____ Si c'est négatif, remonte ton taux de marge.

Fiche de calcul n° 3

Produit : _____

1 • COÛT MATIÈRE (FLEX : FORMULES 1 À 3)

ÉLÉMENT	COÛT UNITAIRE	QUANTITÉ	TOTAL

Sous-total matière : _____

2 • TEMPS (FORMULE 4)

(_____ min ÷ 60) × 20 € (minimum) = **coût du temps** : _____

Création du visuel amortie (formule 8), s'il y a lieu : _____

3 • CHARGES (FORMULE 5) ET COÛT DE REVIENT (FORMULE 6)

Charges du mois _____ ÷ pièces vendues _____ = _____

Matière + temps + charges = **coût de revient** : _____

4 • PRIX DE VENTE (FORMULE 7, MARGE 30 % MINIMUM)

Coût de revient _____ ÷ 0,70 = **prix minimum** : _____

Coût de revient _____ ÷ 0,50 = **prix conseillé** : _____ · Prix arrondi : _____

5 • VÉRIFICATION : CE QUI RESTE

Prix _____ – coût de revient _____ – URSSAF 12,3 % _____ – frais de vente (ton canal) _____

= **Marge de l'entreprise** : _____ Si c'est négatif, remonte ton taux de marge.

Fiche de calcul n° 4

Produit : _____

1 · COÛT MATIÈRE (FLEX : FORMULES 1 À 3)

ÉLÉMENT	COÛT UNITAIRE	QUANTITÉ	TOTAL

Sous-total matière : _____

2 · TEMPS (FORMULE 4)

(_____ min ÷ 60) × 20 € (minimum) = **coût du temps** : _____

Création du visuel amortie (formule 8), s'il y a lieu : _____

3 · CHARGES (FORMULE 5) ET COÛT DE REVIENT (FORMULE 6)

Charges du mois _____ ÷ pièces vendues _____ = _____

Matière + temps + charges = **coût de revient** : _____

4 · PRIX DE VENTE (FORMULE 7, MARGE 30 % MINIMUM)

Coût de revient _____ ÷ 0,70 = **prix minimum** : _____

Coût de revient _____ ÷ 0,50 = **prix conseillé** : _____ · Prix arrondi : _____

5 · VÉRIFICATION : CE QUI RESTE

Prix _____ – coût de revient _____ – URSSAF 12,3 % _____ – frais de vente (ton canal) _____

= **Marge de l'entreprise** : _____ Si c'est négatif, remonte ton taux de marge.

Fiche de calcul n° 5

Produit : _____

1 · COÛT MATIÈRE (FLEX : FORMULES 1 À 3)

ÉLÉMENT	COÛT UNITAIRE	QUANTITÉ	TOTAL

Sous-total matière : _____

2 · TEMPS (FORMULE 4)

(_____ min ÷ 60) × 20 € (minimum) = **coût du temps** : _____

Création du visuel amortie (formule 8), s'il y a lieu : _____

3 · CHARGES (FORMULE 5) ET COÛT DE REVIENT (FORMULE 6)

Charges du mois _____ ÷ pièces vendues _____ = _____

Matière + temps + charges = **coût de revient** : _____

4 · PRIX DE VENTE (FORMULE 7, MARGE 30 % MINIMUM)

Coût de revient _____ ÷ 0,70 = **prix minimum** : _____

Coût de revient _____ ÷ 0,50 = **prix conseillé** : _____ · Prix arrondi : _____

5 · VÉRIFICATION : CE QUI RESTE

Prix _____ – coût de revient _____ – URSSAF 12,3 % _____ – frais de vente (ton canal) _____

= **Marge de l'entreprise** : _____ Si c'est négatif, remonte ton taux de marge.

Ma grille tarifaire interne

Document de travail. Ne s'envoie pas à la cliente.

Cette page est **ton tableau de bord privé**. Elle contient tes coûts et tes marges : ce sont des informations confidentielles. Ce que reçoit ta cliente, c'est un **devis** avant le travail ou une **facture** après la vente (phase 6).

PRODUIT	COÛT DE REVIENT	PRIX DE VENTE	MARGE EN €	MARGE EN %

MON PANIER MOYEN VISÉ

MA MARGE MOYENNE VISÉE

Calculer son taux de marge : $(\text{prix de vente} - \text{coût de revient}) \div \text{prix de vente} \times 100$.
Exemple : $(25 - 10,80) \div 25 \times 100 = \mathbf{56,8\%}$. Jamais en dessous de 30 %.

Mon seuil de rentabilité

Le seuil de rentabilité est le nombre de ventes à atteindre pour couvrir tes charges fixes. En dessous, tu paies pour travailler. C'est ton plancher, pas ton objectif.

MES CHARGES FIXES MENSUELLES

CHARGE	MONTANT PAR MOIS
Total charges fixes : _____	

LA FORMULE

charges fixes ÷ marge par produit = ventes minimum par mois

Exemple : 60 € de charges, 15 € de marge par tote-bag. Calcul : $60 \div 15 = 4$ **ventes par mois** pour être à l'équilibre. La cinquième vente est la première qui te rapporte.

Mes charges fixes _____ ÷ ma marge par produit _____ = _____ **ventes par mois**

Soit _____ **ventes par semaine.**

À toi de jouer : les exercices

Fais-les au crayon. Les corrigés sont à la page suivante.

1. Un motif mesure 25 cm de large et 10 cm de haut. Quelle est sa surface en cm^2 ?
(formule 1)

Réponse : _____

2. Une feuille de flex de 25 cm $\times$ 50 cm coûte 5 €. Quel est le prix d'un cm^2 ? (formule 2)

Réponse : _____

3. Ton motif fait 250 cm^2 et un cm^2 coûte 0,004 €. Combien te coûte le flex de ce motif ? (formule 3)

Réponse : _____

4. Tu passes 30 minutes à fabriquer une pièce, au taux de 20 € de l'heure. Combien vaut ton temps ? (formule 4)

Réponse : _____

5. Ton coût de revient est de 12 €. Quel prix de vente pour une marge de 50 % ?
(formule 7)

Réponse : _____

6. Tu crées un modèle en 3 heures (soit 60 €) et tu comptes le vendre 40 fois. Combien ajoutes-tu au coût de chaque pièce ? (formule 8)

Réponse : _____

7. Tu vends une pièce 24 €. Matière 5 €, charges 2 €, URSSAF 12,3 %, aucun frais de vente. Que te reste-t-il ?

Réponse : _____

Les corrigés

Compare, comprends, recommence si besoin. Personne ne regarde.

1. Surface = largeur $\times$ hauteur = $25 \times 10 = 250 \text{ cm}^2$.
2. Surface de la feuille : $25 \times 50 = 1\,250 \text{ cm}^2$. Prix d'un cm^2 : $5 \div 1\,250 = 0,004 \text{ €}$.
3. Coût du flex = surface $\times$ prix d'un $\text{cm}^2 = 250 \times 0,004 = 1,00 \text{ €}$.
4. Heures : $30 \div 60 = 0,5 \text{ h}$. Coût : $0,5 \times 20 = 10,00 \text{ €}$.
5. Prix = coût $\div (1 - 0,50) = 12 \div 0,50 = 24,00 \text{ €}$.
6. Part par pièce = $60 \div 40 = 1,50 \text{ €}$ à ajouter au coût de revient.
7. URSSAF : $24 \times 0,123 = 2,95 \text{ €}$. Reste : $24 - 5 - 2 - 2,95 = 14,05 \text{ €}$. Sur ces 14,05 €, une partie paie tes mains, le reste est la marge de ton entreprise.

Tout juste ? Tu sais maintenant fixer un prix qui te respecte. **Une erreur ?** Ce n'est pas grave : reprends la formule concernée dans les pages précédentes, le numéro est indiqué à côté de chaque exercice.

LA PHRASE À RETENIR DE TOUTE LA PHASE 5

Un prix juste n'est pas un prix bas. C'est un prix qui paie la matière, tes mains, tes charges, l'État, et qui laisse vivre ton entreprise.

06

Marque et administratif

La partie qu'on repousse toujours. Fais-la une fois, proprement, et n'y pense plus.

Mon identité de marque

Ton **identité de marque** est l'ensemble de ce qui te rend reconnaissable : les couleurs, les polices, le ton, les valeurs. Bien faite, on reconnaît ton contenu sans lire ton nom.

NOM DE MA MARQUE

SLOGAN

MES 3 VALEURS

MA PALETTE DE COULEURS (COLLE OU NOTE TES CODES)

--	--	--	--

MES POLICES (TITRE ET TEXTE)

LE TON DE MA MARQUE (TUTOIEMENT ? CHALEUREUX ? PREMIUM ?)

- ☐ Nom vérifié : le pseudo est disponible sur mes réseaux
- ☐ Nom vérifié : la marque n'est pas déjà déposée
- ☐ Logo créé (Canva suffit largement pour démarrer)

Checklist administrative

À adapter selon ton pays et ta situation.

- ☐ Statut choisi (micro-entreprise, société, statut local)
- ☐ Activité déclarée et immatriculée
- ☐ Numéro SIRET obtenu et noté ci-dessous
- ☐ Compte bancaire dédié à l'activité ouvert
- ☐ Solution d'encaissement en place (virement, lien de paiement, terminal)
- ☐ Modèle de facture conforme préparé (pages 51 et 52)
- ☐ Modèle de devis conforme préparé (pages 49 et 50)
- ☐ Conditions générales de vente rédigées
- ☐ Mentions légales et politique de confidentialité en ligne
- ☐ Assurance professionnelle étudiée
- ☐ Règles de TVA vérifiées pour ma situation
- ☐ Livre des recettes ouvert (page 85)
- ☐ Registre des achats ouvert (page 87)
- ☐ Droits d'usage vérifiés sur mes visuels et mes polices
- ☐ Licences commerciales des fichiers achetés conservées

MES RÉFÉRENCES À GARDER SOUS LA MAIN

.....

.....

.....

Vérifie chaque point auprès de l'organisme officiel de ton pays : les règles changent et diffèrent selon les territoires.

Mon modèle de devis

Le devis est une proposition de prix envoyée **avant** de travailler. Signé avec la mention « Bon pour accord », il vaut contrat. Comme tes produits sont personnalisés, exige le **règlement intégral** avant de lancer la production : un prénom brodé ne se revend à personne d'autre.

DEVIS

N° DEV-2026-001

ÉMETTRICE

Prénom Nom, entrepreneure individuelle (EI)

Nom commercial

Adresse complète

SIRET : 000 000 000 00000

Téléphone et e-mail

CLIENTE

Nom et prénom

Adresse complète

Téléphone et e-mail

SIRET si professionnelle

Désignation détaillée

Tote-bag prénom fleuri, flex pailleté rose, police Amelia

10 25,00 € 250,00 €

Frais de livraison (Colissimo suivi)

1 8,50 € 8,50 €

TOTAL À PAYER

258,50 €

TVA non applicable, article 293 B du Code général des impôts

Règlement intégral à la commande : 258,50 €. La production démarre à réception du paiement.

Délai de réalisation : 15 jours ouvrés à compter de l'encaissement du règlement

Produits personnalisés : confectionnés selon les spécifications de la cliente, ils ne sont ni modifiables après validation, ni repris, ni échangés, ni remboursés (article L221-28, 3° du Code de la consommation).

Date, signature et mention manuscrite

« Bon pour accord »

Date d'émission : 12/03/2026

Valable jusqu'au : 12/04/2026

Devis gratuit et sans engagement

49

Devis : ce qui est obligatoire

Coche quand ton modèle est complet.

- ☐ La mention « **Devis** » et un numéro unique
- ☐ La date d'émission et la **durée de validité** (30 jours en général)
- ☐ Ton identité complète : nom, prénom, mention **EI**, adresse, SIRET
- ☐ L'identité et l'adresse de la cliente
- ☐ Le **décompte détaillé** de chaque produit ou prestation : nature, quantité, prix unitaire
- ☐ Le prix **total à payer**
- ☐ La mention « **TVA non applicable, article 293 B du CGI** » si tu es en franchise en base
- ☐ Les **conditions de paiement** : règlement intégral à la commande, moyens acceptés
- ☐ La mention « **produits personnalisés, ni repris ni échangés ni remboursés** » et sa base légale
- ☐ Le rappel que le bon à tirer validé par la cliente n'est plus modifiable
- ☐ Le **délai de réalisation** ou de livraison
- ☐ Les frais de déplacement ou de livraison, s'il y en a
- ☐ L'emplacement pour la date, la signature et la mention « **Bon pour accord** »
- ☐ La mention « **devis gratuit** » ou son coût s'il est payant

Bon à savoir : à compter du 1^{er} septembre 2026, la mention de franchise en base devient « TVA non applicable, art. L. 223 et suivants du code des impositions sur les biens et services ». Une tolérance permet d'utiliser encore l'article 293 B du CGI jusqu'au 31 décembre 2027. Vérifie la règle en vigueur au moment où tu édites tes documents.

Astuce : numérote tes devis dans un ordre continu, sans trou. DEV-2026-001, DEV-2026-002, et ainsi de suite.

Mon modèle de facture

La facture est le document légal émis **après** la vente. Elle est obligatoire pour toute vente à un professionnel, toute vente à distance (donc toute vente en ligne), et toute prestation de plus de 25 € TTC à une particulière. Elle se conserve 10 ans.

FACTURE

N° FAC-2026-014

ÉMETTRICE

Prénom Nom, entrepreneure individuelle (EI)

Nom commercial

Adresse complète

SIRET : 000 000 000 00000

Téléphone et e-mail

CLIENTE

Nom et prénom

Adresse de facturation

Adresse de livraison si différente

SIRET si professionnelle

Désignation détaillée

Tote-bag prénom fleuri, flex pailleté rose, police Amelia

1025,00 €250,00 €

Frais de livraison (Colissimo suivi)

18,50 €8,50 €

TOTAL

258,50 €

TVA non applicable, article 293 B du Code général des impôts

Facture acquittée. Réglée intégralement le 12/03/2026 par virement (258,50 €). Solde restant dû : 0,00 €.

Produits personnalisés : ni repris, ni échangés, ni remboursés (article L221-28, 3° du Code de la consommation).

Pénalités de retard : 3 fois le taux d'intérêt légal. Indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement : 40 € (clientes professionnelles).

51

Facture : ce qui est obligatoire

Une mention manquante rend ta facture non conforme.

- ☐ La mention « **Facture** » et un numéro **chronologique, unique et sans trou**
- ☐ La **date d'émission** de la facture
- ☐ La **date de la vente** ou de la fin de la prestation
- ☐ Ton identité : nom, prénom, mention **EI**, nom commercial, adresse
- ☐ Ton numéro **SIRET**
- ☐ Le nom et l'adresse de la cliente (adresse de livraison si elle diffère)
- ☐ La **désignation précise** de chaque produit : nature, quantité, prix unitaire
- ☐ Le **total à payer** et les éventuels acomptes déjà versés
- ☐ La mention « **TVA non applicable, article 293 B du CGI** », ou le détail de la TVA si tu y es assujettie
- ☐ La **date d'échéance** et les conditions de règlement
- ☐ Les **pénalités de retard** et l'indemnité forfaitaire de **40 €** (clientes professionnelles)
- ☐ Ton assurance professionnelle et sa couverture géographique, si ton activité en impose une

Numérotation : une seule série continue, dans l'ordre des dates. Pas de trou, pas de doublon, pas de facture supprimée. Pour annuler, on émet un **avoir**, jamais une gomme.

Facturation électronique

La réforme française qui arrive. À connaître dès maintenant.

La **facture électronique** n'est pas un PDF envoyé par e-mail. C'est un fichier structuré transmis par une plateforme agréée, que les logiciels lisent automatiquement. La réforme concerne uniquement les échanges entre professionnels en France.

LES DEUX DATES À RETENIR

1^{er} septembre 2026 : toutes les entreprises, micro-entreprises comprises, doivent être **en mesure de recevoir** une facture électronique envoyée par un fournisseur professionnel.

1^{er} septembre 2027 : obligation d'**émettre** ses factures au format électronique pour les ventes entre professionnels.

CE QUE ÇA CHANGE POUR TOI

Si tu vends uniquement à des particulières, tu es peu concernée pour l'émission, mais tu restes concernée pour la réception, car tes fournisseurs sont des professionnels.

Il te faudra choisir une **plateforme agréée**. La plupart des logiciels de facturation s'en chargent déjà.

- ☐ J'ai vérifié si mon logiciel de facturation est raccordé à une plateforme agréée
- ☐ J'ai vérifié la date qui s'applique à ma situation sur le site officiel

Attention : ces échéances ont déjà été reportées par le passé. Vérifie les dates en vigueur sur impots.gouv.fr avant de t'organiser.

07

Visibilité et lancement

Personne ne peut acheter ce qu'elle ne voit pas. Ton produit ne se vendra pas tout seul.

SEMAINES 7 À 12

Mes réseaux et ma vitrine

Deux plateformes maximum au départ.

PLATEFORME	PSEUDO	RYTHME VISÉ	OBJECTIF

MA VITRINE DE VENTE

- ☐ Boutique en ligne (Etsy, Shopify, autre)
- ☐ Vente par messages privés
- ☐ Marchés et événements locaux
- ☐ Bouche-à-oreille et entourage

MA BIO EN UNE PHRASE (QUI, QUOI, POUR QUI)

MON APPEL À L'ACTION (QUE DOIT-ELLE FAIRE, PRÉCISÉMENT ?)

Un appel à l'action est une consigne claire : « écris-moi le mot COMMANDE en message privé » fonctionne. « N'hésitez pas à me contacter » ne fonctionne pas.

Ma ligne éditoriale

La méthode EVSI répartit tes publications en 4 familles qui tournent en boucle. Tu ne cherches plus quoi poster : tu choisis une famille, et tu remplis.

ÉDUCATIF · J'APPRENDS QUELQUE CHOSE À MA CLIENTE

Une astuce, une erreur à éviter, un tutoriel court.

VALORISATION · JE MONTRE MON TRAVAIL

Le produit fini, les coulisses de fabrication, un avis de cliente.

STORYTELLING · JE PARLE DE MOI

Pas besoin de montrer ton visage. Ta voix, tes mains, ton atelier et ton histoire suffisent. Raconte ton pourquoi, tes débuts, tes doutes, ta journée.

INTERACTION · JE FAIS RÉAGIR

Un sondage, une question, un choix à trancher entre deux modèles.

Les coulisses vendent plus que le produit fini. Filme tes mains, tes ratés, ton atelier, et parle par-dessus. C'est ce qu'on regarde jusqu'au bout.

Calendrier de contenu

Mois de : _____

« **Famille** » veut dire : à laquelle des 4 familles EVSI appartient ta publication (voir la page précédente). Note simplement É, V, S ou I. **É**ducatif = tu apprends quelque chose · **V**alorisation = tu montres ton travail · **S**torytelling = tu parles de toi · **I**nteraction = tu fais réagir. Alternier les quatre évite de toujours publier la même chose.

DATE	PLATEFORME	FAMILLE (É/V/ S/I)	SUJET OU ACCROCHE	✓

Plan de lancement 30 jours

SEMAINE 1 · ON PLANTE LE DÉCOR

- ☐ Profils optimisés : bio, photo, lien
- ☐ 5 photos produits prêtes
- ☐ J'annonce que quelque chose arrive

SEMAINE 2 · ON CRÉE L'ATTENTE

- ☐ Je montre les coulisses de la préparation
- ☐ Je raconte mon pourquoi
- ☐ Je fais voter sur un détail : couleur, nom, modèle

SEMAINE 3 · ON OUVRE

- ☐ Date d'ouverture annoncée : _____
- ☐ Offre de lancement définie : _____
- ☐ Publication d'ouverture et stories
- ☐ Je préviens 10 personnes en message privé

SEMAINE 4 · ON TRANSFORME

- ☐ Avis et photo de la première cliente demandés
- ☐ Je relance celles qui ont réagi sans acheter
- ☐ Je publie un témoignage
- ☐ Bilan chiffré du lancement

IDÉE EN OR : DOCUMENTE TON LANCEMENT EN SÉRIE

Filme ton aventure en épisodes, « Je lance mon business, épisode 1, 2, 3... ». Les gens ne suivent pas un produit, ils suivent une histoire qui avance. Chaque étape de ce plan devient un épisode : le jour où j'ai choisi mon nom, ma première commande de matériel, mon premier raté, ma première vente. Termine chaque vidéo par « la suite au prochain épisode » : on revient pour connaître la fin.

Ta première vente viendra souvent de ton entourage. Ce n'est pas de la triche : c'est ta première preuve sociale.

08

Suivi et pilotage

13 semaines, 90 jours. Ce qui se mesure s'améliore : ces pages transforment ton ressenti en décisions.

JOURS 1 À 90

Semaine 1 sur 13

Semaine du ____ / ____ au ____ / ____

MON OBJECTIF NUMÉRO 1 CETTE SEMAINE

MES 3 ACTIONS PRIORITAIRES

MES CHIFFRES

INDICATEUR	OBJECTIF	RÉEL
Publications		
Nouveaux abonnés		
Demandes reçues		
Ventes		
Chiffre d'affaires		

MA VICTOIRE

MON BLOCAGE

CE QUE JE CHANGE LA SEMAINE PROCHAINE

MON ÉNERGIE CETTE SEMAINE

Épuisée

Fatiguée

Ça va

Motivée

En feu

Semaine 2 sur 13

Semaine du ____ / ____ au ____ / ____

MON OBJECTIF NUMÉRO 1 CETTE SEMAINE

.....

.....

MES 3 ACTIONS PRIORITAIRES

☐

.....

☐

.....

☐

.....

MES CHIFFRES

INDICATEUR	OBJECTIF	RÉEL
Publications		
Nouveaux abonnés		
Demandes reçues		
Ventes		
Chiffre d'affaires		

MA VICTOIRE

.....

.....

MON BLOCAGE

.....

.....

CE QUE JE CHANGE LA SEMAINE PROCHAINE

.....

.....

MON ÉNERGIE CETTE SEMAINE

Semaine 3 sur 13

Semaine du ____ / ____ au ____ / ____

MON OBJECTIF NUMÉRO 1 CETTE SEMAINE

MES 3 ACTIONS PRIORITAIRES

☐

☐

☐

MES CHIFFRES

INDICATEUR	OBJECTIF	RÉEL
Publications		
Nouveaux abonnés		
Demandes reçues		
Ventes		
Chiffre d'affaires		

MA VICTOIRE

MON BLOCAGE

CE QUE JE CHANGE LA SEMAINE PROCHAINE

MON ÉNERGIE CETTE SEMAINE

Épuisée

Fatiguée

Ça va

Motivée

En feu

Semaine 4 sur 13

Semaine du ____ / ____ au ____ / ____

MON OBJECTIF NUMÉRO 1 CETTE SEMAINE

MES 3 ACTIONS PRIORITAIRES

☐

☐

☐

MES CHIFFRES

INDICATEUR	OBJECTIF	RÉEL
Publications		
Nouveaux abonnés		
Demandes reçues		
Ventes		
Chiffre d'affaires		

MA VICTOIRE

MON BLOCAGE

CE QUE JE CHANGE LA SEMAINE PROCHAINE

MON ÉNERGIE CETTE SEMAINE

Épuisée

Fatiguée

Ça va

Motivée

En feu

Semaine 5 sur 13

Semaine du ____ / ____ au ____ / ____

MON OBJECTIF NUMÉRO 1 CETTE SEMAINE

MES 3 ACTIONS PRIORITAIRES

MES CHIFFRES

INDICATEUR	OBJECTIF	RÉEL
Publications		
Nouveaux abonnés		
Demandes reçues		
Ventes		
Chiffre d'affaires		

MA VICTOIRE

MON BLOCAGE

CE QUE JE CHANGE LA SEMAINE PROCHAINE

MON ÉNERGIE CETTE SEMAINE

Épuisée

Fatiguée

Ça va

Motivée

En feu

Semaine 6 sur 13

Semaine du ____ / ____ au ____ / ____

MON OBJECTIF NUMÉRO 1 CETTE SEMAINE

MES 3 ACTIONS PRIORITAIRES

MES CHIFFRES

INDICATEUR	OBJECTIF	RÉEL
Publications		
Nouveaux abonnés		
Demandes reçues		
Ventes		
Chiffre d'affaires		

MA VICTOIRE

MON BLOCAGE

CE QUE JE CHANGE LA SEMAINE PROCHAINE

MON ÉNERGIE CETTE SEMAINE

Épuisée

Fatiguée

Ça va

Motivée

En feu

Semaine 7 sur 13

Semaine du ____ / ____ au ____ / ____

MON OBJECTIF NUMÉRO 1 CETTE SEMAINE

MES 3 ACTIONS PRIORITAIRES

MES CHIFFRES

INDICATEUR	OBJECTIF	RÉEL
Publications		
Nouveaux abonnés		
Demandes reçues		
Ventes		
Chiffre d'affaires		

MA VICTOIRE

MON BLOCAGE

CE QUE JE CHANGE LA SEMAINE PROCHAINE

MON ÉNERGIE CETTE SEMAINE

Épuisée

Fatiguée

Ça va

Motivée

En feu

Semaine 8 sur 13

Semaine du ____ / ____ au ____ / ____

MON OBJECTIF NUMÉRO 1 CETTE SEMAINE

MES 3 ACTIONS PRIORITAIRES

MES CHIFFRES

INDICATEUR	OBJECTIF	RÉEL
Publications		
Nouveaux abonnés		
Demandes reçues		
Ventes		
Chiffre d'affaires		

MA VICTOIRE

MON BLOCAGE

CE QUE JE CHANGE LA SEMAINE PROCHAINE

MON ÉNERGIE CETTE SEMAINE

Épuisée

Fatiguée

Ça va

Motivée

En feu

Semaine 9 sur 13

Semaine du ____ / ____ au ____ / ____

MON OBJECTIF NUMÉRO 1 CETTE SEMAINE

MES 3 ACTIONS PRIORITAIRES

☐

☐

☐

MES CHIFFRES

INDICATEUR	OBJECTIF	RÉEL
Publications		
Nouveaux abonnés		
Demandes reçues		
Ventes		
Chiffre d'affaires		

MA VICTOIRE

MON BLOCAGE

CE QUE JE CHANGE LA SEMAINE PROCHAINE

MON ÉNERGIE CETTE SEMAINE

Épuisée

Fatiguée

Ça va

Motivée

En feu

Semaine 10 sur 13

Semaine du ____ / ____ au ____ / ____

MON OBJECTIF NUMÉRO 1 CETTE SEMAINE

MES 3 ACTIONS PRIORITAIRES

☐

☐

☐

MES CHIFFRES

INDICATEUR	OBJECTIF	RÉEL
Publications		
Nouveaux abonnés		
Demandes reçues		
Ventes		
Chiffre d'affaires		

MA VICTOIRE

MON BLOCAGE

CE QUE JE CHANGE LA SEMAINE PROCHAINE

MON ÉNERGIE CETTE SEMAINE

Épuisée

Fatiguée

Ça va

Motivée

En feu

Semaine 11 sur 13

Semaine du ____ / ____ au ____ / ____

MON OBJECTIF NUMÉRO 1 CETTE SEMAINE

MES 3 ACTIONS PRIORITAIRES

☐

☐

☐

MES CHIFFRES

INDICATEUR	OBJECTIF	RÉEL
Publications		
Nouveaux abonnés		
Demandes reçues		
Ventes		
Chiffre d'affaires		

MA VICTOIRE

MON BLOCAGE

CE QUE JE CHANGE LA SEMAINE PROCHAINE

MON ÉNERGIE CETTE SEMAINE

Épuisée

Fatiguée

Ça va

Motivée

En feu

Semaine 12 sur 13

Semaine du ____ / ____ au ____ / ____

MON OBJECTIF NUMÉRO 1 CETTE SEMAINE

MES 3 ACTIONS PRIORITAIRES

MES CHIFFRES

INDICATEUR	OBJECTIF	RÉEL
Publications		
Nouveaux abonnés		
Demandes reçues		
Ventes		
Chiffre d'affaires		

MA VICTOIRE

MON BLOCAGE

CE QUE JE CHANGE LA SEMAINE PROCHAINE

MON ÉNERGIE CETTE SEMAINE

Épuisée

Fatiguée

Ça va

Motivée

En feu

Semaine 13 sur 13

Semaine du ____ / ____ au ____ / ____

MON OBJECTIF NUMÉRO 1 CETTE SEMAINE

MES 3 ACTIONS PRIORITAIRES

☐

☐

☐

MES CHIFFRES

INDICATEUR	OBJECTIF	RÉEL
Publications		
Nouveaux abonnés		
Demandes reçues		
Ventes		
Chiffre d'affaires		

MA VICTOIRE

MON BLOCAGE

CE QUE JE CHANGE LA SEMAINE PROCHAINE

MON ÉNERGIE CETTE SEMAINE

Épuisée

Fatiguée

Ça va

Motivée

En feu

Suivi des commandes

Mois de : _____

DATE	CLIENTE	PRODUIT	PRIX	RÉGLÉ	LIVRÉ

A • Total encaissé ce mois

_____ €

B • Cotisations URSSAF dues : A × 12,3 %

_____ €

Déclaré sur autoentrepreneur.urssaf.fr le

_____ / _____

Payé le

_____ / _____

Reporte le total A sur ta page de suivi annuel des cotisations. Note aussi les **demandes sans suite** : elles t'apprennent si ton prix, ton délai ou ton offre coince.

Suivi des commandes

Mois de : _____

DATE	CLIENTE	PRODUIT	PRIX	RÉGLÉ	LIVRÉ

A • Total encaissé ce mois

_____ €

B • Cotisations URSSAF dues : $A \times 12,3 \%$

_____ €

Déclaré sur autoentrepreneur.urssaf.fr le

_____ / _____

Payé le

_____ / _____

Reporte le total A sur ta page de suivi annuel des cotisations. Note aussi les **demandes sans suite** : elles t'apprennent si ton prix, ton délai ou ton offre coince.

Suivi des commandes

Mois de : _____

DATE	CLIENTE	PRODUIT	PRIX	RÉGLÉ	LIVRÉ

A • Total encaissé ce mois

_____ €

B • Cotisations URSSAF dues : A × 12,3 %

_____ €

Déclaré sur autoentrepreneur.urssaf.fr le

_____ / _____

Payé le

_____ / _____

Reporte le total A sur ta page de suivi annuel des cotisations. Note aussi les **demandes sans suite** : elles t'apprennent si ton prix, ton délai ou ton offre coince.

Suivi des commandes

Mois de : _____

DATE	CLIENTE	PRODUIT	PRIX	RÉGLÉ	LIVRÉ

A • Total encaissé ce mois

_____ €

B • Cotisations URSSAF dues : A × 12,3 %

_____ €

Déclaré sur autoentrepreneur.urssaf.fr le

_____ / _____

Payé le

_____ / _____

Reporte le total A sur ta page de suivi annuel des cotisations. Note aussi les **demandes sans suite** : elles t'apprennent si ton prix, ton délai ou ton offre coince.

Suivi des commandes

Mois de : _____

DATE	CLIENTE	PRODUIT	PRIX	RÉGLÉ	LIVRÉ

A • Total encaissé ce mois

_____ €

B • Cotisations URSSAF dues : A × 12,3 %

_____ €

Déclaré sur autoentrepreneur.urssaf.fr le

_____ / _____

Payé le

_____ / _____

Reporte le total A sur ta page de suivi annuel des cotisations. Note aussi les **demandes sans suite** : elles t'apprennent si ton prix, ton délai ou ton offre coince.

Suivi des commandes

Mois de : _____

DATE	CLIENTE	PRODUIT	PRIX	RÉGLÉ	LIVRÉ

A • Total encaissé ce mois

_____ €

B • Cotisations URSSAF dues : A × 12,3 %

_____ €

Déclaré sur autoentrepreneur.urssaf.fr le

_____ / _____

Payé le

_____ / _____

Reporte le total A sur ta page de suivi annuel des cotisations. Note aussi les **demandes sans suite** : elles t'apprennent si ton prix, ton délai ou ton offre coince.

Suivi des commandes

Mois de : _____

DATE	CLIENTE	PRODUIT	PRIX	RÉGLÉ	LIVRÉ

A • Total encaissé ce mois

_____ €

B • Cotisations URSSAF dues : A × 12,3 %

_____ €

Déclaré sur autoentrepreneur.urssaf.fr le

_____ / _____

Payé le

_____ / _____

Reporte le total A sur ta page de suivi annuel des cotisations. Note aussi les **demandes sans suite** : elles t'apprennent si ton prix, ton délai ou ton offre coincide.

Suivi des commandes

Mois de : _____

DATE	CLIENTE	PRODUIT	PRIX	RÉGLÉ	LIVRÉ

A • Total encaissé ce mois

_____ €

B • Cotisations URSSAF dues : A × 12,3 %

_____ €

Déclaré sur autoentrepreneur.urssaf.fr le

_____ / _____

Payé le

_____ / _____

Reporte le total A sur ta page de suivi annuel des cotisations. Note aussi les **demandes sans suite** : elles t'apprennent si ton prix, ton délai ou ton offre coince.

Suivi des commandes

Mois de : _____

DATE	CLIENTE	PRODUIT	PRIX	RÉGLÉ	LIVRÉ

A • Total encaissé ce mois

_____ €

B • Cotisations URSSAF dues : A × 12,3 %

_____ €

Déclaré sur autoentrepreneur.urssaf.fr le

_____ / _____

Payé le

_____ / _____

Reporte le total A sur ta page de suivi annuel des cotisations. Note aussi les **demandes sans suite** : elles t'apprennent si ton prix, ton délai ou ton offre coince.

Suivi des commandes

Mois de : _____

DATE	CLIENTE	PRODUIT	PRIX	RÉGLÉ	LIVRÉ

A • Total encaissé ce mois

_____ €

B • Cotisations URSSAF dues : A × 12,3 %

_____ €

Déclaré sur autoentrepreneur.urssaf.fr le

_____ / _____

Payé le

_____ / _____

Reporte le total A sur ta page de suivi annuel des cotisations. Note aussi les **demandes sans suite** : elles t'apprennent si ton prix, ton délai ou ton offre coince.

Suivi des commandes

Mois de : _____

DATE	CLIENTE	PRODUIT	PRIX	RÉGLÉ	LIVRÉ

A • Total encaissé ce mois

_____ €

B • Cotisations URSSAF dues : A × 12,3 %

_____ €

Déclaré sur autoentrepreneur.urssaf.fr le

_____ / _____

Payé le

_____ / _____

Reporte le total A sur ta page de suivi annuel des cotisations. Note aussi les **demandes sans suite** : elles t'apprennent si ton prix, ton délai ou ton offre coincide.

Suivi des commandes

Mois de : _____

DATE	CLIENTE	PRODUIT	PRIX	RÉGLÉ	LIVRÉ

A • Total encaissé ce mois

_____ €

B • Cotisations URSSAF dues : A × 12,3 %

_____ €

Déclaré sur autoentrepreneur.urssaf.fr le

_____ / _____

Payé le

_____ / _____

Reporte le total A sur ta page de suivi annuel des cotisations. Note aussi les **demandes sans suite** : elles t'apprennent si ton prix, ton délai ou ton offre coince.

Livre des recettes

Le livre des recettes est le registre obligatoire de la micro-entreprise. Tu y notes **chaque encaissement**, dans l'ordre chronologique, sans blanc ni rature. C'est la première chose demandée en cas de contrôle. Une facture émise mais pas encore payée ne s'y inscrit pas : on note ce qui est **encaissé**.

DATE	N° FACTURE	CLIENTE	NATURE	MODE DE RÈGLEMENT	MONTANT

Mode de règlement : espèces, virement, carte, lien de paiement. Il est obligatoire de le préciser. **Nature :** vente de marchandises ou prestation de services, car les deux n'ont pas le même taux de cotisations.

[illegible]**TOTAL ENCAISSÉ DEPUIS JANVIER**

[illegible]

Mes cotisations URSSAF

France, micro-entreprise, déclaration mensuelle.

Tes cotisations se calculent sur **le chiffre d'affaires encaissé**, pas sur ton bénéfice. En déclaration mensuelle, tu declares chaque mois ce que tu as encaissé le mois précédent. **0 € encaissé égale 0 € à payer, mais la déclaration reste obligatoire**, même à zéro.

MON TAUX

12,3 % pour la vente de marchandises : c'est le taux de la personnalisation, puisque tu vends un objet fini.

Ajoute la contribution à la formation professionnelle de **0,1 %** si tu es commerçante, **0,3 %** si tu es artisane.

Avec l'ACRE, le taux est réduit de moitié pendant les 4 premiers trimestres civils.

Mets 15 % de chaque encaissement de côté dès qu'il arrive : tu ne verras jamais passer l'échéance.

MON SUIVI MENSUEL SUR 12 MOIS

MOIS	CA ENCAISSÉ	TAUX	COTISATION DUE	DÉCLARÉE ET PAYÉE LE
Mois 1		12,3 %		
Mois 2		12,3 %		
Mois 3		12,3 %		
Mois 4		12,3 %		
Mois 5		12,3 %		
Mois 6		12,3 %		
Mois 7		12,3 %		
Mois 8		12,3 %		
Mois 9		12,3 %		
Mois 10		12,3 %		
Mois 11		12,3 %		
Mois 12		12,3 %		

Les taux évoluent au 1^{er} janvier. Vérifie les tiens sur autoentrepreneur.urssaf.fr avant de calculer.

Bilan du mois 1 sur 3

Mois de : _____

MES CHIFFRES

INDICATEUR	OBJECTIF	RÉEL
Chiffre d'affaires encaissé		
Achats et charges		
Cotisations à provisionner		
Bénéfice réel		
Nombre de commandes		
Panier moyen		
Nouveaux abonnés		

MON PRODUIT LE PLUS VENDU

MON CONTENU LE PLUS PERFORMANT, ET POURQUOI

CE QUI A MARCHÉ, DONC JE GARDE

CE QUI N'A PAS MARCHÉ, DONC J'ARRÊTE

MA PRIORITÉ NUMÉRO 1 LE MOIS PROCHAIN

Bilan du mois 2 sur 3

Mois de : _____

MES CHIFFRES

INDICATEUR	OBJECTIF	RÉEL
Chiffre d'affaires encaissé		
Achats et charges		
Cotisations à provisionner		
Bénéfice réel		
Nombre de commandes		
Panier moyen		
Nouveaux abonnés		

MON PRODUIT LE PLUS VENDU

MON CONTENU LE PLUS PERFORMANT, ET POURQUOI

CE QUI A MARCHÉ, DONC JE GARDE

CE QUI N'A PAS MARCHÉ, DONC J'ARRÊTE

MA PRIORITÉ NUMÉRO 1 LE MOIS PROCHAIN

Bilan du mois 3 sur 3

Mois de : _____

MES CHIFFRES

INDICATEUR	OBJECTIF	RÉEL
Chiffre d'affaires encaissé		
Achats et charges		
Cotisations à provisionner		
Bénéfice réel		
Nombre de commandes		
Panier moyen		
Nouveaux abonnés		

MON PRODUIT LE PLUS VENDU

MON CONTENU LE PLUS PERFORMANT, ET POURQUOI

CE QUI A MARCHÉ, DONC JE GARDE

CE QUI N'A PAS MARCHÉ, DONC J'ARRÊTE

MA PRIORITÉ NUMÉRO 1 LE MOIS PROCHAIN

Bilan des 90 jours

Le moment de vérité. Sois factuelle, pas sévère.

MES CHIFFRES SUR 90 JOURS

INDICATEUR	OBJECTIF	RÉEL
Chiffre d'affaires total encaissé		
Bénéfice net total		
Nombre total de commandes		
Nombre de clientes différentes		
Clientes revenues une deuxième fois		
Heures travaillées		
Mon salaire horaire réel		

Salaire horaire réel : bénéfice net total divisé par les heures travaillées. C'est le chiffre le plus honnête du planner. S'il est bas, le problème est le prix, pas ton effort.

MA PLUS GRANDE FIERTÉ DE CES 90 JOURS

CE QUE JE FERAIS DIFFÉREMMENT SI JE RECOMMENÇAIS

JE CONTINUE, J'AJUSTE OU JE CHANGE DE CAP ? POURQUOI ?

VISION

Ma roadmap 12 mois

Un focus par mois. Un seul.

Une **roadmap** est une feuille de route : la liste de ce que tu fais, dans quel ordre, sur les mois à venir.

MOIS	MON FOCUS PRINCIPAL	CA VISÉ	✓

Un focus par mois, pas cinq. C'est la contrainte qui te fera avancer plus vite que la motivation.

Tu as tout ce qu'il faut

Ce planner ne vaut rien s'il reste beau et vide.

Ta première vente ne récompensera pas ta perfection : elle récompensera ton action. Alors ouvre la page 7, prends un stylo, et commence.

Une page. Aujourd'hui.