

Eva Bachelard

Votre réussite est votre priorité

8 attitudes gagnantes

pour celles (et ceux) qui
osent entreprendre



Chère entrepreneure-entrepreneuse libre, cher entrepreneur libre,

Si vous lisez ce livre, c'est que vous avez un projet entrepreneurial ou une entreprise que vous lancez et développez.

Vous avez de l'enthousiasme, mais probablement des moments de doute. Vous avez probablement essuyé des refus de partenaires et de clients. Vous avez écouté les objections à votre projet var tous ne croient pas à votre projet...

Mais vous continuez, vous avancez, portés par votre enthousiasme et la conviction intime que vous devez poursuivre.

En tant que femme et mère de trois enfants, j'ai été confronté à plus d'objections que mes amis entrepreneurs hommes, qu'ils soient père de famille ou non.

Bizarrement, aucun entrepreneur homme n'a la question de comment il gère son entreprise et ses enfants... Pour ma part, j'ai haussé les épaules face à cette question et répondu avec humour.

Cependant, c'est une réalité : entreprendre pour une femme demande plus d'énergie, d'organisation et de détermination car en 2015, certains croient encore qu'une femme ne peut pas réussir aussi bien qu'un homme¹. Car en 2015, la société et le couple n'ont pas encore totalement intégré l'égalité homme-femme au quotidien. Heureusement, il ne s'agit que de statistiques et la réalité est plus colorée !

Je suis convaincue que les entrepreneures doivent encore plus être focalisées sur leur objectif de réussite pour dépasser ces plafonds de verre invisibles.

Entrepreneur ou entrepreneure, nous ne pouvons pas stagner.

Nous devons tous les jours nous dépasser et sortir de notre zone de confort pour développer notre entreprise.

Notre histoire, notre expérience, ce que nous apportons est unique et c'est ce qui compte, que nous soyons un entrepreneur ou une entrepreneure.

J'ai écrit ce livre pour mes amies et amis qui ont le projet plus ou moins abouti de se lancer dans l'entrepreneuriat, **à vous** que je ne connais pas encore et qui parfois hésitent et doutent.

Eva Bachelard

Blog lentrepreneurlibre.com

1. Osez... avec passion !

Si vous pouvez le rêver, vous pouvez le faire.
Walt Disney

Après ces premières années dans l'entrepreneuriat, je souhaite vous dire d'**oser entreprendre**, d'**oser avoir de l'ambition**.

Nul n'aura de l'ambition pour vous.

En tant que femme et mère, le quotidien et la pression sociale sont pesants et peuvent nous pousser à rester dans notre zone de confort.

Si vous pensez petite entreprise, petits moyens, vous aurez une petite entreprise et vos partenaires et clients ne vous donneront que des petits moyens pour vous développer.

Les études montrent que les femmes en moyenne n'osent pas aller demander du financement. **Or si nous ne demandons pas, nous n'obtiendrons rien.** Aucun banquier ne vous donnera plus que ce que vous demandez.

Pourquoi ne pas oser rêver grand pour vous et votre entreprise ?

Vous rêvez grand ? Alors parlez de votre vision et demandez autour de vous, le financement et l'aide pour **faire grand**.

Car sans action de votre part, vos rêves resteront des rêves.

Et avec passion

Le blog Ithaque Coaching¹ d'une coach en reconversion professionnelle est édifiant.

Que ce soit une reconversion professionnelle ou l'entrepreneuriat, si vous vous lancez dans votre activité parce que vous « savez faire », mais que vous n'avez pas une **passion dévorante pour ce que vous allez faire**, il est probable que votre aventure entrepreneuriale va se transformer en un triste sentier pluvieux rempli d'ornières dans lequel vous n'aurez plus la force d'avancer.

Si vous avez un projet entrepreneurial « raisonnable », sans passion, allez sur ce blog, lisez et réfléchissez.

Réfléchissez à ce que vous voulez faire en mettant de côté tous les contingents matériels.

Ayez le courage de suivre votre cœur et votre intuition.
L'un et l'autre savent ce que vous voulez réellement devenir.
Le reste est secondaire.

Steve Jobs

¹ <http://www.ithaquecoaching.com>

2. Pensez en dehors de la boîte !

Si vous voulez réussir, il faut ouvrir de nouvelles voies et éviter les chemins empruntés par les promesses de réussite.

John Davison Rockefeller

Si vous voulez réussir, pensez en dehors de la boîte.

Et quand je vous invite à penser en dehors de la boîte, je considère qu'il y a deux boîtes : une **boîte extérieure** avec les « recettes du succès » et le marketing des grands groupes et une **boîte intérieure** avec nos modes de pensées positifs et nos pensées limitantes.

La boîte extérieure

Vos moyens sont plus limités que les grandes sociétés. Le web a modifié la communication et la commercialisation. Nous pouvons aujourd'hui faire différemment pour nous développer : fini le passage obligé par les pages de publicité dans les magazines et les coûteuses relations presse par l'agence de relations presse.

Nous pouvons nous former et déléguer des tâches plus rapidement, plus facilement et à un coût raisonnable avec internet.

Nous pouvons tester rapidement notre offre sur le marché et ajuster avec flexibilité et intelligence. Osons faire différemment en nous inspirant d'autres domaines, en testant avec débrouillardise et système D des solutions a priori incongrues.

Notre boîte intérieure

Je suis convaincue que dans le développement de mon entreprise, ma principale force et mon principal obstacle ont le même dénominateur : **moi !**

Nous avons toutes et tous des **pensées limitantes**.

Avez-vous déjà eu une de ces pensées ?

Ça, ça marche pour les autres business, mais pas pour mon business

Mais moi, je ne sais pas faire. Je n'ai pas les compétences, l'expérience, l'expertise pour...

Je ne suis pas prêt(e). Ce n'est pas le moment.

Je pourrais remplir des pages de ces petites pensées qui nous interdisent un raccourci vers le succès, qui nous font procrastiner.

Voici mon conseil : Faîtes de votre mieux avec ce que vous savez maintenant.

Quand vous repérez ces petites phrases qui vous sabotent, écrivez-les et ... oubliez-les. Si vous sentez que vous avez du mal à avancer, je vous invite à suivre deux personnes inspirantes² : **Bob Proctor** (pour ceux qui maîtrisent l'anglais) et **Stéphanie Millot**. Ils expliquent comment ces pensées limitantes engendrent des comportements d'auto-sabotage et comment s'en défaire.

Remplacez vos croyances limitantes par des croyances positives !

Vous vous dites que vous n'êtes pas encore prêt(e) ?

Vous ferez des erreurs, mais l'entrepreneuriat est une succession d'erreurs et de réussites. Il s'agit surtout de prendre des **risques limités en testant les différents chemins vers le succès**.

Tous les grands entrepreneurs ont rencontré des échecs, mais ils ont su en tirer une leçon et ont rebondi vers le succès.

**Viser l'excellence, c'est motivant ;
rechercher la perfection c'est démoralisant.**

Harriet Braiker

**Croyez en vous-même et en tout ce que vous êtes...
Sachez qu'il y a quelque chose à l'intérieur de vous
qui est plus grand que n'importe quel obstacle.**

Christian Larson

² Vous pouvez découvrir leurs vidéos sur youtube en tapant leur nom. Leurs sites regorgent de conseils inspirants.

3. Ecoutez !

Nous avons tous un biais dans notre façon d'appréhender le monde : **nous le voyons et jugeons selon notre propre référentiel, nos expériences et nos aspirations.** C'est un travers humain ! Cependant, cela peut être un travers mortel pour votre entreprise !

Nous avons une propension à croire savoir ce que les autres veulent : nos clients, nos distributeurs, nos partenaires, notre banquier...

Même si vous avez une expérience dans votre métier, **soyez à l'écoute de vos clients, de vos distributeurs et prescripteurs, de vos partenaires et fournisseurs.**

Laissez les parler.

L'étude de marché n'est pas qu'un exercice formel pour valider votre projet. C'est l'occasion d'aller à la rencontre de vos futurs clients, de vos prescripteurs (ceux qui recommanderont vos produits et services), de vos partenaires... et lorsque vous vous développez, continuez d'aller à la rencontre de vos clients pour les servir au mieux et anticiper leurs besoins.

Vous êtes le premier commercial de votre entreprise.

Ecoutez, notez et vendez à vos clients ce dont ils ont besoin et ce qu'ils veulent.

L'entreprise est élue tous les jours par ses clients.

François Michelin

Le web 2.0 a changé les règles, mais obéit toujours au bon sens.

Tout n'est pas à jeter dans le marketing traditionnel, même si internet a bousculé les façons de faire : réseaux sociaux, interactions plus faciles et spontanées avec nos clients, « bad buzz »...

Je suis convaincue que le marketing traditionnel est toujours d'actualité car il s'agit avant de bon sens. Cependant, notre grille de lecture doit être adaptée.

Pour vous illustrer mon propos, je fais le parallèle entre une boutique physique et un site e-commerce ou un site d'entreprise.

Il y a quelques années, on focalisait sur le trafic. En fait, le trafic en soi, je m'en fiche !

Le trafic, c'est les gens, badauds qui passent dans la rue, devant ma boutique physique. Ce qui m'intéresse, ce sont les gens qui rentrent et ... achètent.

Donc oui, je préfère avoir du trafic, car c'est un pilier pour une bonne conversion (le badaud ou visiteur-internaute qui se balade et ... achète). Mais le trafic n'est pas une fin en soi.

Alors, vous devriez être capable de répondre aux questions suivantes :

Est-ce que vous savez qui est votre client idéal ? Car je vous invite à écouter vos clients. Mais qui sont vos clients ? Avec quels clients souhaitez-vous travailler ?

A quels besoins de votre client idéal répondez-vous avec votre offre ?

Quelle est votre offre ? produit ou service, services autour, promesse de résoudre un problème et ... le prix.

Toutes vos réponses doivent être corroborées par des échanges avec vos clients, prescripteurs... car ce sont qui achèteront ou feront acheter vos produits.

4. Préparez votre plan d'actions !

Vous savez où vous voulez aller. Votre objectif est ambitieux ? Bravo ! Vous avez le droit et le devoir d'être ambitieux et de réussir.

Si vous pensez le contraire, retour à la case « pensées limitantes » !!

Maintenant, il vous faut un plan. Pour que votre projet entrepreneurial avance, il vous faut agir avec méthode.

Si vous avez développé une certaine allergie aux plannings, méthodes et autres éléments qui structurent et rythment, je vous comprends car j'ai aussi une tendance à « partir dans tous les sens ». D'autant plus si vous avez comme moi, cette tendance à vous éparpiller, je vous conseille **d'écrire votre plan d'actions**. Excel, l'outil gratuit Asana, un cahier...

Si vous savez que vous voulez aller sur le sommet « Ma réussite » et que vous ne prenez pas de carte ou ne démarrez pas le GPS, vous risquez de tourner en rond.

Ecrivez votre itinéraire, votre plan d'actions. C'est votre carte vers votre réussite !

Il y a des étapes pour créer et développer son entreprise. Il existe des méthodes que vous pourrez trouver dans des livres, sur des sites internet (comme celui de l'APEC).

Votre plan d'actions pour la trésorerie

Concrètement, dans votre plan d'actions, il y a **l'évaluation de vos besoins financiers** et la recherche probable de financement.

Lorsque vous aurez lancé votre entreprise, **le pilotage de votre trésorerie est clé**. Et je vous invite à mettre en place un **tableau de bord simple et efficace** pour suivre votre activité, ce qui inclue, entre autres, votre développement commercial et ... votre trésorerie.

Lorsque vous évalueriez vos besoins de financement, anticipez un scénario bas : une activité qui démarre avec six mois de retard par exemple. **Et osez demander de la trésorerie !** à votre banquier, en « love money », en crowd-funding, en prêt d'honneur...

Les difficultés de trésorerie sont la cause première des faillites des entreprises, petites ou grandes. Pour les petites entreprises, un manque de trésorerie est fatal dans les premières années.

Or lorsque vous rencontrerez vos difficultés de trésorerie, vous n'aurez que peu de temps pour trouver de l'argent et surtout vous ne serez pas en position de force. Alors anticipez !

Ne faites pas l'impasse sur les aspects financiers !

De même, il est primordial de faire un **plan d'actions commercial** : vous définissez vos actions commerciales prioritaires pour chaque cible (clients, prescripteurs...).

5. Agissez !

**Une vraie décision est mesurée par une nouvelle action.
S'il n'y a pas d'action, c'est que vous n'avez pas vraiment décidé.**

Tony Robbins

Je me répète, me direz-vous.

Si vous êtes arrivé(e) jusqu'à ce chapitre, c'est que votre désir de réussir est brûlant. Vous avez votre objectif (la montagne « Ma réussite ») et votre plan d'actions (l'itinéraire ou votre GPS) ? **Mettez-vous en route maintenant !**

N'attendez pas le bon moment, la bonne formation...

Etre entrepreneur nécessite une discipline personnelle forte. Vous ne pouvez pas recevoir des amis, emmener les enfants aux activités scolaires, aller faire du shopping et ... quand vous avez le temps, travailler pour vos clients ou à votre projet entrepreneurial.

Si vous travaillez chez vous

Fixez-vous des horaires de travail. Interdisez-vous de faire pendant ces horaires tout ce qui n'est pas pour votre projet.

J'ai trois enfants et j'ai travaillé plus d'un an de chez moi. La tentation est grande de : lancer une lessive, puis deux, puis trois ; faire les courses un matin car il y a beaucoup moins de monde que le samedi. Puisque vous êtes à la maison, vous avez le temps de faire le ménage, de payer les factures ? Je suis plusieurs fois tombée dans ce piège.

Votre priorité, c'est votre entreprise ou votre projet entrepreneurial.

Ce n'est pas parce que vous êtes votre propre patron, que vous pouvez travailler n'importe comment. Vos amis ou votre famille peuvent croire que vous êtes disponible tout le temps.

Posez les règles et soyez clair avec vous ... et avec votre entourage.

Votre réussite est votre priorité.

Le coworking ou la pépinière d'entreprise sont des solutions peu onéreuses qui vous permettent de vous mettre dans la dynamique de l'action. Et comme l'homme est un animal social, ces solutions vous permettent de rompre l'isolement et de vous aider à avancer.

Agissez maintenant !

Et dites-moi, qu'allez-vous faire pour votre projet quand vous aurez fini la lecture de ce livre ?

Allez-vous vous donner les moyens de réussir ?

Si vous n'arrivez pas à vous donner les moyens de réussir malgré vos efforts... retour à la case « pensées limitantes » !

6. Entourez-vous !

Un des chapitres du livre « Réfléchissez et devenez riche » de Napoleon Hill est consacré au **cerveau collectif**. Pour Napoleon Hill, s'entourer d'autres cerveaux permet de démultiplier vos chances de réussite.

Vous gagnerez toujours à vous entourer !

Pour réfléchir à votre stratégie, aux moyens de toucher vos clients, pour trouver la solution face à un problème concret ...

Ensemble, nous allons plus vite.

Qu'importe si les autres « cerveaux » ne sont pas dans le même domaine d'activité !

Je travaille en réseau : face à un problème pour lequel je n'ai pas de réponse immédiate, j'appelle mes amis entrepreneurs. **Il y en a toujours au moins un qui va me donner la solution ou qui va me donner l'étincelle qui va me permettre de trouver la solution.**

Comment ai-je rencontré ces entrepreneurs ?

J'ai rencontré dans les associations d'entrepreneurs, lors des concours auxquels j'ai participé, des entrepreneurs et entrepreneures avec lesquels j'ai sympathisé.

Vous me direz « networking » avec un sourire en coin ?

Je ne suis pas adepte du réseautage à tout va. En revanche, j'ai plaisir à échanger régulièrement avec les personnes que j'apprécie. Et fort heureusement, nous ne parlons pas qu'entrepreneuriat !

Certains préconisent de déjeuner tous les midis avec une personne différente, de réseauter tout le temps.

Je préfère faire un réseautage intelligent guidé par la bienveillance : j'ai plaisir à recommander les entrepreneurs que j'apprécie et vice-versa. J'ai surtout plaisir à échanger avec des femmes et des hommes passionnés !

Alors pour réussir, entourez-vous !

Et comment faire ?

Allez à la rencontre des autres. Sortez de votre bureau, allez dans les événements organisés par les CCI ou CMA, adhérez à des associations...

Gardez le lien. Le courant est bien passé ? Comme une relation d'amitié naissante, appelez les entrepreneurs avec qui vous vous entendez bien. Echangez autour d'un déjeuner, d'un café... au moins une fois tous les deux mois.

Un coup de fil de 20 minutes ne devrait pas bouleverser votre planning. En revanche, il peut bouleverser votre vision et vous donner **L'idée** et le raccourci vers votre réussite.

Osez demander de l'aide. Certaines et certains ont probablement plus de difficultés à dire qu'ils n'y arrivent pas. Et ils n'osent pas demander de l'aide de peur de paraître incompetents ou ... de se voir refuser le coup de pouce demandé. **C'est une pensée limitante.**

Faites le test ! Rares sont les personnes qui vous refuseront leur aide, sauf si vous leur demandez de travailler pour vous plusieurs jours gratuitement !

Il faut donner sans se souvenir et recevoir sans oublier.

Brian Tracy

7. Communiquez et vendez !

Votre produit est sans aucun doute unique, puisque vous êtes unique.

Mais les clients ne viendront pas à vous s'ils n'ont pas entendu parler de vous.

Et je dirais même que dans cette profusion d'informations dans laquelle nous baignons, il ne faut pas que vos futurs clients entendent parler de vous une fois, ni deux fois, mais peut-être 5 ou 8 fois avant qu'ils n'achètent.

Même si votre produit ou votre service est génial, merveilleux, exceptionnel, vous allez devoir communiquer.

Cela veut dire que vous devez consacrer du temps, de l'énergie et de l'argent à votre communication. Il y a de multiples façons de communiquer : de la publicité à la télévision ou sur les réseaux sociaux aux partenariats avec des entreprises qui ont la même cible que vous, des relations presse aux concours pour entrepreneurs...

Recrutez une force commerciale !

Je vais vous donner quelques exemples !

Vous avez une société qui propose des prestations de maintien à domicile pour les seniors. Vous pouvez mettre en place un partenariat avec une société qui propose de porter les repas au domicile des seniors, avec une société qui réaménage les logements des seniors pour les adapter à leur mobilité réduite...

Vous vendez vos prestations informatiques ? Faites un partenariat avec un juriste, une agence de communication, ... une société qui s'adresse à votre client idéal.

Un partenariat, c'est du « gagnant-gagnant ». Votre partenaire vous introduit à ses clients et vice-versa. Par exemple, vous offrez un diagnostic aux clients de vos partenaires, une heure de ménage d'essai gratuite...

Les prescripteurs, ceux qui vous recommandent, sont aussi des commerciaux très efficaces : ils sont convaincus de la qualité de votre offre et conseillent vos services car **ils savent que vous allez aider vos clients.**

Alors oui, pour convaincre vos clients, vos partenaires, vous devrez faire du « marketing » !

Les bases du marketing

Ne parlez pas de votre offre, de ce que vous vendez.

Parlez de ce que vous apportez à vos clients, des bénéfices que votre client va en retirer.

Vous ne proposez pas que l'installation et paramétrage de l'outil XX. Vous proposez à l'entreprise d'avoir un outil de gestion fonctionnel et performant dans un mois, ce qui permettra à votre client d'automatiser son processus et de pouvoir développer une nouvelle offre, prospecter de nouveaux clients...

Ne parlez pas trop de vous !

Vos clients adorent qu'on leur parle d'eux et qu'on les aide à régler leurs problèmes.

Dites-leur les bénéfices qu'ils vont tirer de votre offre ! et si les résultats sont rapides, c'est mieux !

8. Automatisez et persévérez !

Votre temps n'est pas extensible. Votre réussite est votre priorité, mais ne sacrifiez pas le moment présent, vos proches et surtout ... vous. **Un entrepreneur peut faire un burn out.** Nous n'avons moins de garde-fous qu'un salarié qui est entouré de collègues, d'une DRH, d'un management et qui ... a de nombreux jours de vacances !

Que pouvez-vous automatiser, déléguer ?

Prenez le temps de prendre du recul sur votre activité.

Lisez « La semaine de 4 heures » de Tim Ferriss. Interrogez votre cerveau collectif pour leur demander comment ils font et comment vous pouvez faire.

C'est un sujet à part entière, mais souvent, nous restons dans nos habitudes de création et nous ne prenons pas le temps de déléguer certaines tâches sans valeur ajoutée.

Vaut-il mieux retoucher vous-même les photos pour votre site internet ?

Ou vous occuper de vos clients et demander à un graphiste ou à un site de retouche photo de le faire pour vous pour quelques dizaines d'euros ?

Et persévérez !

L'entrepreneuriat n'est pas une aventure de tout repos. Il faut du courage, il faut se relever. Je ne connais pas d'entrepreneur qui n'ait jamais trébuché. Mais c'est aussi la satisfaction de faire ce que vous aimez et d'être votre propre patron.

C'est aussi pour cela que dans le premier chapitre, je vous invitais à choisir un projet entrepreneurial passionnant. Sinon, vous serez tenté d'abandonner si votre cœur ne vous dit pas de continuer !

**Rappelle-toi toujours que ton intention de réussir
est plus importante que toute autre chose.**

Abraham Lincoln

Posez chaque jour votre pierre. N'abandonnez jamais. Si vous prenez un mauvais chemin, ne croyez pas que c'est le seul. Et pierre après pierre, votre entreprise grandira.

Thomas Edison a dit : "Je n'ai pas échoué. J'ai simplement trouvé 10.000 solutions qui ne fonctionnent pas. "

Le doute et la procrastination sont les deux pièges de l'entrepreneur.

N'attendez pas pour réussir !

**Commence là où tu es. Utilise ce que tu as.
Fais ce que tu peux.
Parce que vous êtes en vie, tout est possible.**
Thich Nhat Hanh

A votre réussite, à notre réussite !

Eva Bachelard