

# Table des matières

Introduction.....	3
-------------------	---

## Se mettre à son compte

### Pourquoi et à quel moment ?

Pourquoi se mettre à son compte ? .....	9
---	---

■ Attention aux inconvénients.....	10
------------------------------------	----

..... <b>Exercice pratique</b> : identifiez votre motivation, les avantages que vous recherchez et les inconvénients que vous craignez le plus .....	13
--	----

Définissez votre ambition : chef d'orchestre ou musicien ?.....	14
---	----

Quelles solutions quand on est plusieurs à porter un projet ?.....	16
--	----

Quand on se lance en solo : la micro-entreprise est-elle la seule solution possible ? .....	17
--	----

■ Dans quels cas la micro-entreprise est vraiment adaptée .....	18
---	----

■ Attention aux pièges ! Les inconvénients du statut de micro-entrepreneur .....	23
---	----

■ Les alternatives au statut de micro-entrepreneur : devenir entrepreneur-salarié.....	26
---	----

Entreprendre en temps de crise économique.....	31
Attention : le projet d'abord ! .....	34
<b>En résumé</b> .....	35
Témoignage .....	37

## **J'ai envie de vivre de...**

### **ce que *je sais* faire et de ce que *j'aime* faire : une petite idée qui commence à germer dans l'esprit**

La première étape : préparer le terrain .....	41
Définir le produit qu'on veut vendre .....	46
■ Cas pratique : Alice, graphiste et créatrice de sites web .....	46
■ Définir le produit dans sa globalité .....	49
■ Méthode de travail pour définir son produit .....	51
■ Le produit d'Alice.....	53
■ Vos compétences et votre produit .....	56
<b>Exercice pratique</b> : vos compétences et votre produit.....	56
■ Ma « patte à moi ».....	57
■ Le prix de vente .....	58
Liste des choses à ne pas faire .....	59
Check-list pour calculer son prix .....	63
Le portrait-robot de mon acheteur idéal .....	67
■ À la recherche du client idéal d'Alice.....	69
■ À la recherche de votre client idéal .....	72
<b>Exercice pratique</b> : à la recherche de votre client idéal.....	72
Y a-t-il un marché pour mon produit ?	
Où trouver mes clients ? .....	73
■ Le marché de niche .....	73
■ Un client idéal en décalage avec le prix fixé .....	75
■ Diversifier les produits et garder des « projets plaisir » .....	77

<b>En résumé</b> .....	78
▮ <b>Exercice pratique</b> : ma fiche produits/clients .....	79
<b>Témoignage</b> .....	81
<b>Témoignage</b> .....	84

## **Deuxième étape**

### **Je vérifie si l'activité que j'ai en tête est « rentable »**

Fiche sur sa propre situation personnelle (le point de départ) .....	89
■ Cas pratique : la fiche personnelle d'Alice la graphiste .....	95
▮ <b>Exercice pratique</b> : ma fiche personnelle du début d'activité .....	99
Comprendre l'impact de ses propres objectifs et calculer le CA nécessaire pour pouvoir les atteindre.....	103
■ Calcul du coût du salaire.....	105
■ Cas pratique : le coût du salaire d'Alice.....	109
■ Calcul du chiffre d'affaires à réaliser pour que l'activité soit rentable.....	110
Le modèle économique de l'activité .....	111
■ Hors taxes (HT) ou Toutes taxes comprises (TTC) ?.....	112
■ Modèle économique pour une micro-entreprise .....	114
Vérification de la validité du modèle économique .....	118
■ La temporalité de l'activité.....	118
■ Convertir un objectif de chiffre d'affaires en nombre de prestations à réaliser .....	119
Pistes de travail pour améliorer le modèle économique.....	121
■ Considérer la saisonnalité de l'activité et se différencier .....	121
■ Vérifier les prix.....	122
■ Calculer un « forfait jour » .....	124
■ Choisir la bonne cible.....	126
■ Chercher des collaborations avec d'autres professionnels afin de se spécialiser dans une tâche précise.....	126

Un cas particulier : les activités artisanales de production.....	128
<b>En résumé</b> .....	131
<b>Exercice pratique</b> : le modèle économique de mon activité.....	132
Témoignage .....	133

## **La stratégie pour lancer mon activité**

### **Du « business plan » à la stratégie de communication**

Définition d'objectifs SMART .....	140
La stratégie de communication .....	142
■ Transmettre un message et faire une promesse .....	143
■ La posture salarié vs la posture entrepreneur.....	147
■ Le marchand de cravates.....	150
■ Le choix du support.....	151
■ Conseils pratiques pour bien communiquer .....	153
■ Définir des objectifs de communication SMART et évaluer la campagne.....	155
■ Choisir le bon moment.....	157
De la théorie à la pratique.....	158
<b>En résumé</b> .....	162
Témoignage .....	164

## **La gestion de l'activité au quotidien**

La gestion du temps .....	167
■ Hiérarchiser les tâches.....	169
<b>Exercice pratique</b> : ma matrice d'Eisenhower.....	174
■ Faites-vous des « To do list » .....	175
Intelligence collective et outils de travail collaboratifs .....	177
Témoignage .....	180

Rangez et stockez vos informations de façon intelligente .....	183
Les bonnes pratiques de la communication digitale .....	184
Développez vos réseaux, physique et virtuel .....	186
Soignez vos conditions générales de vente (CGV).....	188
Gérez vos émotions : fixez-vous des délais raisonnables et lancez-vous .....	191
N'ayez pas peur d'un ratage : la devise des Shadoks .....	193
<b>Bibliographie</b> .....	195
<b>Remerciements</b> .....	197