

# 4 clés

APPLIQUÉES PAR  
LES STARTUPS

POUR DÉMARRER

**VOTRE BUSINESS  
INTERNET**

Le plan étape  
par étape

N'attendez plus, commencez dès aujourd'hui à créer  
votre business et devenez entrepreneur sur le web  
même si vous partez de 0 !



Success  
Entrepreneurs

Rédigé par Max Dorville

## MENTIONS OBLIGATOIRES

Les textes et schémas présents dans ce documents sont protégés dans leur globalité par le droit d'auteur. Il n'est pas autorisé de les copier, de les plagier ou de les vendre.

Si vous souhaitez faire l'une des trois choses citées précédemment, vous devez mentionner ©Max Dorville ou prendre directement contact avec l'auteur de ce document pour convenir d'un accord.

# 4 clés

1

## Comment trouver son idée ?

Commençons par les bases. Comment trouver une idée qui soit alignée avec mes valeurs et qui me passionne, Quels sont les points saillants à ne pas oublier ? Je vous dis tout dans ce 1er chapitre.

---

2

## Tester sans investir ! 1 astuce pour tester son idée rapidement.

Ensuite nous verrons comment tester le potentiel économique de votre idée avec une technique simple.

---

3

## Comment ne sélectionner que les supers clients ?

Qui est mon client idéal ? Où se trouve t il ? Quelle est sa psychologie ? Quel est sont comportement ? Nous verrons ici les clés pour le découvrir.

---

4

## Comment maximiser ses ventes grâce au story telling ?

Nous verrons ici comment utiliser votre histoire pour engager une meilleure connection avec vos prospects et maximiser vos ventes.

---

## + BONUS

1 astuce simple pour être certain de garder le cap !

---

Qui suis-je ?

Quelles sont les prochaines étapes ?

Ressources

## Qui suis-je et pourquoi ce guide ?



Hello !

Je m'appelle Max, fondateur de MDIAbMarketing, une agence de marketing web et de Success Entrepreneurs ©, pour **aider les entrepreneurs à passer leur business au niveau supérieur !** Je les aide à mettre en place les meilleures stratégies adaptées et adaptables à leur business pour développer leur chiffres d'affaires, prendre leur place sur le web et leur éviter toutes ces erreurs qui leur font perdre de l'argent (et un temps considérable).

L'année dernière, l'ensemble des startups, entrepreneurs et pme que nous avons accompagnés ont fait plus de 2 million € de CA cumulé dans les mois qui ont suivis notre accompagnement.

Aujourd'hui je me suis lancé le challenge de transposer mon expertise sur l'entrepreneuriat vers la création de business Internet et de générer des revenus la première année.

Je suis passionné par ce que je fais, et cela me procure beaucoup de liberté ! Mais cela n'a pas toujours été le cas ! En 2016, après 5 années de salariat, **j'ai décidé de quitter mon emploi et mettre de côté mon confort pour donner plus de sens à ma vie et vivre de nouvelles aventures !**

J'adore les voyages, j'ai d'ailleurs fais mes études en Angleterre, en Slovaquie et au Canada, où je suis resté 2 ans pour travailler avant de rentrer en Europe en 2013. Je suis originaire de Grenoble. Aujourd'hui je me déplace de plus en plus (c'est l'un des avantages d'avoir une entreprise en ligne).

J'adore boire du thé vert et manger du chocolat, parler business avec des entrepreneurs et faire du ski ! Depuis quelques années je lis de plus en plus, alors quand je ne travaille pas sur mon entreprise j'aime bien lire et planifier mes futurs projets !

Pour 4 principales raisons :

- ☑ **Le sens et le « pourquoi »** sont au fondement tout projet. Vous aider en tant qu'entrepreneur fait réellement du sens pour moi !
- ☑ Je suis persuadé qu'avec le bon état esprit et les bonnes stratégies, **tout le monde peut entreprendre** et avoir une vie passionnante et remplie de sens.
- ☑ J'aurais aimé avoir tout ces **conseils synthétisés et compactés** lorsque j'ai commencé.
- ☑ De plus en plus d'amis entrepreneurs commençaient à me poser des questions et me demandaient de les **coacher**.

**Alors bienvenue dans la communauté des entrepreneurs qui veulent passer au niveau supérieur !**

Max



Si vous voulez en savoir plus sur mon parcours  
c'est **ici** !



# BIENVENUE !

Si vous êtes ici c'est que vous vous posez des questions sur vous et le sens que vous donnez à votre activité aujourd'hui. Peut-être que vous vous êtes déjà posés la question de savoir ce que vous feriez si vous aviez davantage de temps libre ou si vous pouviez choisir vos horaires de travail ?

**Ou encore comment serait votre vie idéale si vous pouviez équilibrer vie professionnelle et vie personnelle ?** Vous vous êtes peut-être aussi demandé si il fallait absolument une bonne idée pour entreprendre ? Ou s'il fallait beaucoup d'argent pour démarrer ?

**Peut-être avez-vous déjà eu envie de vous lancer dans un projet entrepreneurial sur le web, ou avez-vous-même déjà essayé de le faire, investi beaucoup d'énergie, de temps et parfois même d'argent sans résultat suffisamment significatif pour vous !**

**Vous savez quoi ? C'est ok, ce n'est pas votre faute, et vous n'êtes pas tout seul !** Si vous n'y êtes pas encore arrivé **c'est simplement qu'on ne vous a pas donné toutes les informations et qu'il est très facile de s'y perdre !** En même temps entre les centaines de livres et de formations disponibles, je vous comprends.

J'ai moi-même passé **BEAUCOUP** de temps à réfléchir, intellectualiser, lire, me former, avant **de passer à l'action**. Je voulais vraiment aller de l'avant et **sortir de ma zone de confort** mais je n'avais aucune idée de comment débiter, ni par où commencer. Un véritable casse-tête.

Et je peux vous dire que je n'oublierai jamais ces premiers pas dans l'entrepreneuriat, dans le brouillard à avancer à l'aveuglette, 1 pas en avant puis 3 pas en arrière, à ne pas toujours être bienveillant avec moi-même et mes proches. Cela vous parle peut-être...

Mes débuts ne sont pas si loin vous savez, et j'ai un avantage sur mes pairs : je me rappelle encore très bien des galères du début (et croyez-moi j'en rencontre encore tous les jours !).

Il est donc pour moi plus facile de vous aider à passer les premières étapes. Je préfère être très transparent avec vous, des galères il y en a plus souvent dans l'entrepreneuriat (même sur le web) que dans le salariat... La bonne nouvelle c'est qu'il est possible d'en éviter de nombreuses et qu'il y a toujours des solutions !

Ce guide est dédié aux plus motivés de celles et ceux d'entre vous qui veulent passer à l'action et au niveau supérieur ! Vous y trouverez étape par étape, **4 clés** à suivre que j'ai appris du monde des startups et de l'entrepreneuriat sur le web **pour bien démarrer son business !**

Et en **BONUS**, une astuce simple pour être certain de garder le cap !

Vous êtes prêt à démarrer ?

Alors c'est parti !!!



Trouver une idée lorsqu'on veut entreprendre est parfois un véritable casse-tête. La plupart d'entre nous sommes stressés à la simple « idée » de se lancer dans un projet. Imaginez-vous alors si en plus il faut rajouter à cela de longues heures de recherche d'idées ! La vérité c'est que nous ne sommes pas tous de purs créatifs !

On peut se dire que prendre sa place sur le web avec une idée est simple mais il n'en est rien ! La vérité c'est que cela demande des stratégies et une discipline !

**Mais pas de panique !** Nous allons voir ensemble comment faire pour bien démarrer et choisir une idée et une niche à la fois à haut potentiel et alignée avec ses valeurs.

Je me souviens encore mes sessions de travail de « recherche d'idées » en école de management, il y avait toujours deux groupes : ceux qui trouvaient tout de suite une idée sans réfléchir, et qui fondaient tête baissée dans un processus de création en se disant « on verra bien si ça marche » ; et ceux qui à la fin du cours et même de la semaine était toujours en train de se faire des nœuds au cerveau pour trouver l'idée parfaite et donc n'était pas passé à l'action.

Dans une startup c'est le même principe, j'ai été à plusieurs reprises confronté à cette problématique de la créativité et du passage à l'action. « *Qu'est-ce que je peux apporter comme valeur avec mon produit ou mon service ?* », « *Qu'est ce que je veux donner et apporter à mes futurs clients ?* » **Et vous savez quoi, lorsque vous démarrez un business je vous conseille de prendre le temps de bien réfléchir à cette étape, pour gagner du temps plus tard...**

Voici les questions que vous devez vous poser pour **trouver une idée en partant de zéro :**



## Qu'est-ce que vous aimez ?

Pratiquez-vous un sport en compétition ou en loisir, un instrument de musique, une danse, parlez-vous plusieurs langues ? Etes-vous passionné de développement personnel, de nouvelles technologies, avez-vous un don pour le développement informatique ? Êtes-vous doué en mécanique automobile ?

**Ne vous limitez pas**, commencez par **noter toutes ces choses sur un carnet de note ou votre ordinateur**. N'hésitez pas à prendre le temps de tout noter. Ce point est très important car il donne du sens à ce que vous faites. Et cette question du sens est fondamentale pour réussir votre projet, nous le verrons plus loin dans le bonus.

Cela peut aussi être quelque chose que vous avez toujours eu envie d'apprendre et que c'est l'occasion de se lancer.

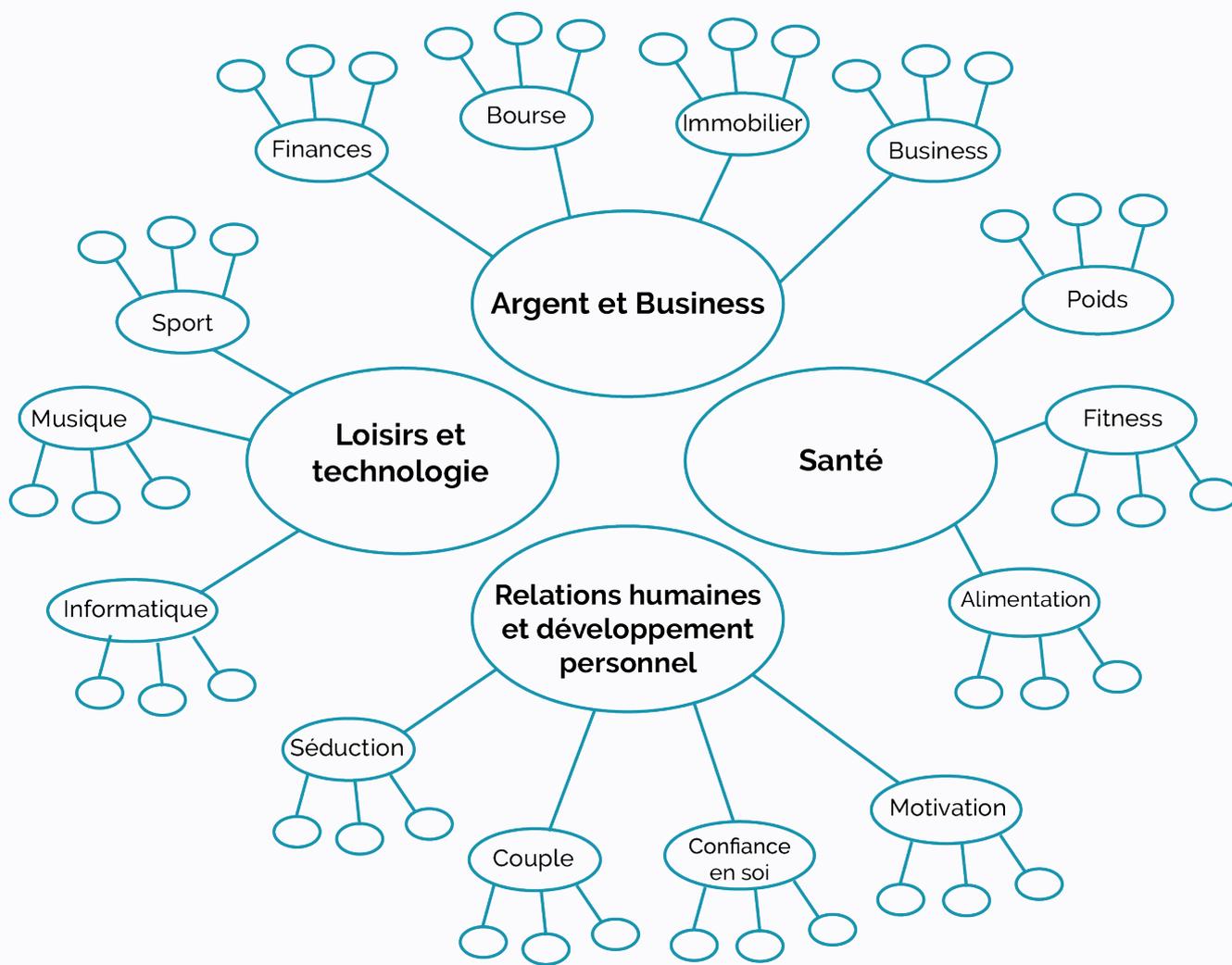
Prenez par exemple Laurent Breillat (du blog *apprendre-la-photo.fr*) qui était à l'époque un passionné de photo mais pas un expert. Il a appris au fur et à mesure et enseigné aux gens ce qu'il a appris, il est aujourd'hui un expert reconnu dans le domaine. Nous aimons tous les histoires de transformation. Je vous reparlerai de cet aspect dans la partie IV sur comment se vendre et l'art du story telling.

## Avez-vous une expertise, un talent, un savoir faire ?

Vous êtes peut-être déjà un expert dans votre domaine, consultant, coach, conférencier, ou vous avez acquis au fil des années des compétences et des connaissances spécifiques. Ce qui est génial avec le web, c'est que **l'on peut utiliser ce que l'on sait déjà pour l'enseigner aux autres, et même démarrer de zéro**.

Posez-vous la question de savoir pour quoi vous êtes reconnu ? Y a t-il quelque chose pour lequel vos proches vous sollicitent ?

Pour vous aider dans votre recherche voici les 4 grandes catégories de business dans lesquelles vous pouvez vous retrouver. Nous verrons ensuite comment affiner la recherche.

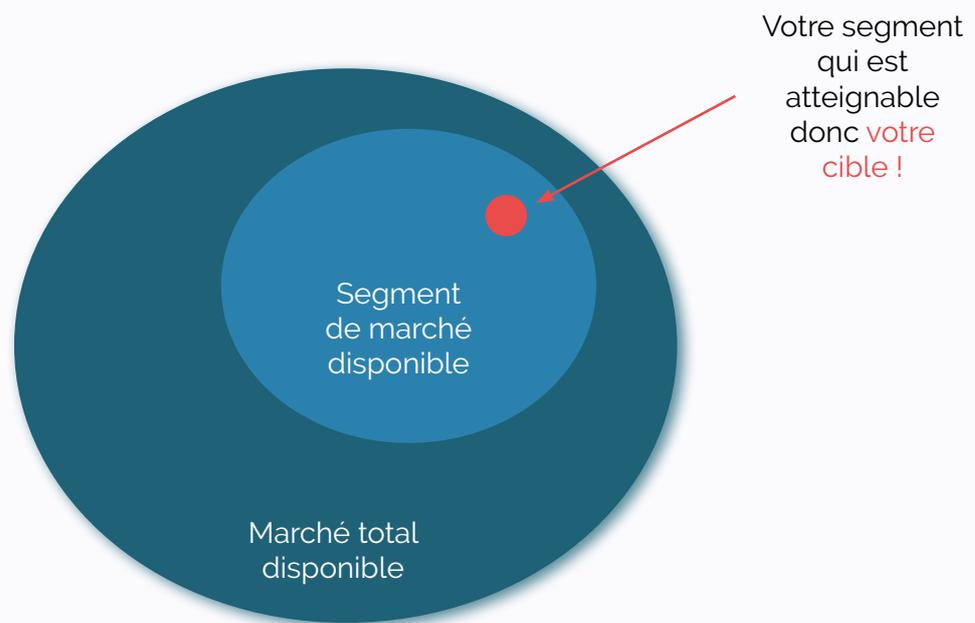


## Votre idée est-elle spécifique ?

En effet,  **votre idée devra être assez précise pour intéresser votre cible et pour être concurrentielle**. Un produit ou un service trop vague ne sera pas attractif pour votre cible. De la même manière que sans visibilité face à vos concurrents déjà installés, il sera plus compliqué de vous lancer dans une thématique trop généraliste. Soyez spécifique et précis !

Le choix de votre niche (produit ou service) ne veut pas nécessairement dire que celle-ci doit s'adresser à une toute petite part du marché. Bien souvent j'entends qu'une niche est un produit (ou service) ultra spécifique ou ultra pointu, NON ! Ou du moins pas uniquement, **une niche c'est avant tout un marché ou un segment de clients bien défini**. D'où l'importance, nous le verrons, de bien connaître sa cible.

## Illustration d'un segment bien défini :



Ne cherchez pas non plus à ré-inventer la roue, il existe pleins d'idées business qui cartonnent déjà et qui ne demandent qu'à être améliorées ou modifiées pour atteindre une cible différente. **Posez-vous les questions : À quel problème je répons ? De quoi ma cible a-t-elle besoin ?**

### Pour vous aider :

Les différents types de produits ou services possibles :

**Produit d'information** : c'est vous qui vendez votre savoir-faire, votre expertise  
Par exemple vous vendez une méthode pour apprendre à ne plus avoir peur du regard des autres, recette de cuisine, une formation pour apprendre à faire son site internet, peu importe la thématique, vous devenez créateur de contenus.

**Produit physique** : site de e-commerce par exemple où vous choisissez un produit que vous allez vendre sur une plateforme en ligne.

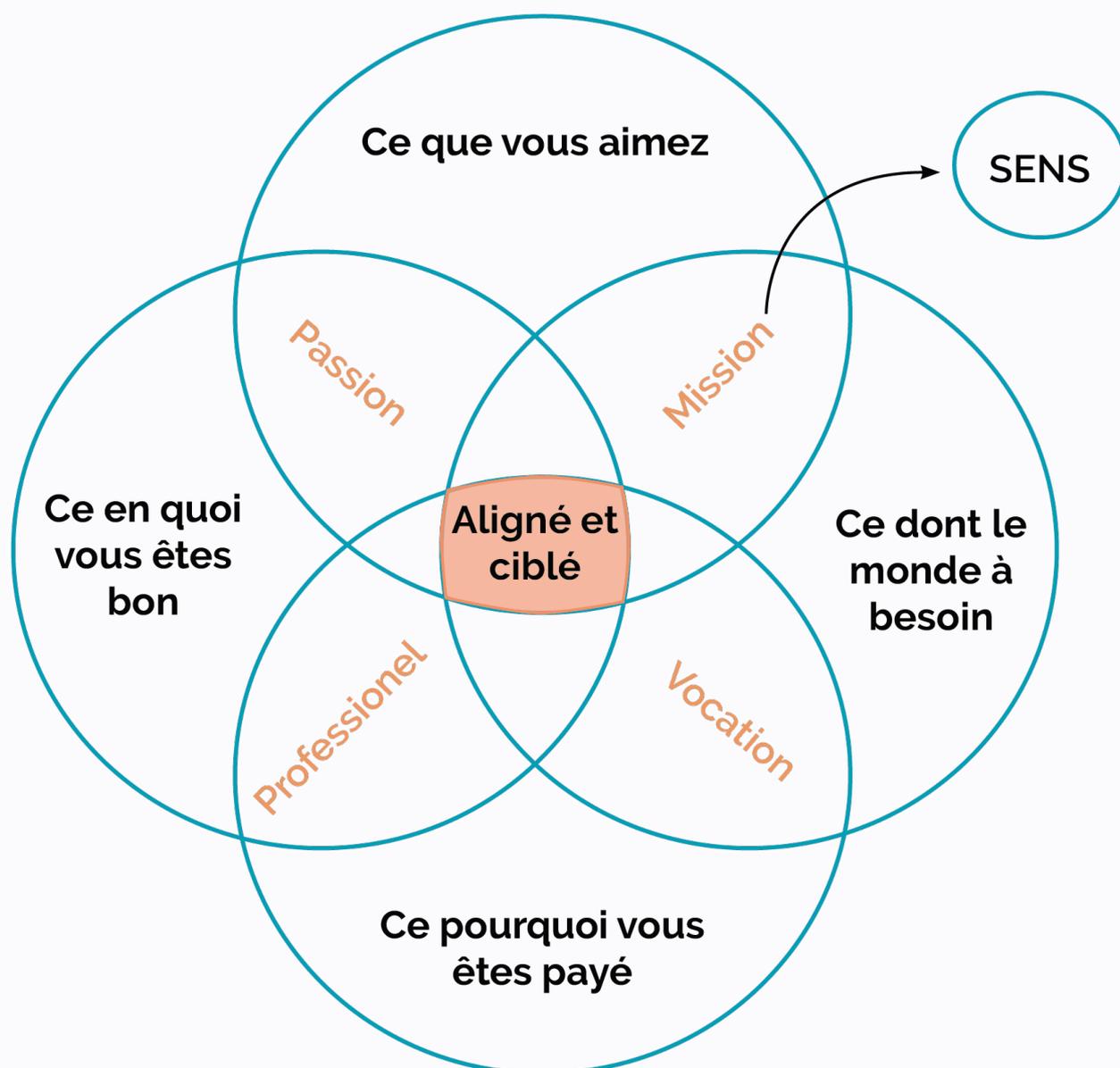
**Des services** : un coaching, une mise en relation (ex. Uber, air BnB,..)

## De quoi le monde a besoin ?

Il est important de penser au marché que vous allez cibler en amont et d'anticiper de ne pas cibler un marché en perte de vitesse.

Prenez par exemple l'image d'un bateau (un beau voilier tiens !) qui représente votre expertise, votre talent, votre comportement, votre idée ; nous sommes bien d'accord que vous n'allez pas avoir envie de naviguer sur un lac (représentant votre marché) qui s'assèche un peu plus chaque année. Parce que vous allez tout simplement vous épuiser !

Schéma résumé :



## Points importants :

### N'hésitez pas à parler de votre idée !

Sujet controversé mais beaucoup d'entrepreneurs ne parlent pas de leur idée de peur qu'on la vole... Vous savez quoi ? A moins d'une idée révolutionnaire à 1 million de \$, de toutes les séances de pitch auxquelles j'ai assisté (et il y'en a beaucoup...), je n'ai jamais vu quelqu'un dire « Oui ton idée est tellement géniale que je vais mettre toute mon énergie et mon équipe à bosser dessus pour te couler en 6 mois » NON... ! Vous n'imaginez pas toute la valeur et les feedbacks que les personnes autour de vous peuvent vous apporter.

### En fait il y a deux cas de figure :

- vous aurez toujours une longueur d'avance sur la personne qui découvre votre idée.
- si quelqu'un fait la « même chose » que vous, ce sera forcément différemment dans la communication, dans le branding, dans l'histoire,... !



**N'oubliez pas l'un des éléments les plus importants : [passez à l'action !](#)**

L'idée est importante pour que vous sachiez d'où partir mais en aucun cas elle vous mènera à l'arrivée. En aucun cas elle vous mènera au succès. Ce qui vous mènera à la ligne d'arrivée que vous vous êtes fixé c'est **votre passage à l'action**.

Moi-même j'ai parfois du mal à passer à l'action, c'est normal ! Je pense d'ailleurs souvent à [la métaphore de la montagne devant moi](#). La stratégie que j'utilise est de ne pas regarder le sommet mais de regarder l'arbre qui se trouve à 200 mètres, puis le rocher à 400 mètres, et ainsi de suite.

Avant de passer à la prochaine étape où je vous explique comment tester votre idée sans investir je vais vous raconter l'histoire de Terry Fox.

Terry Fox, était un athlète canadien, atteint d'un cancer qui lui a valu de se faire amputer d'une jambe. Peu de temps après son amputation il était de nouveau capable de marcher avec une jambe artificielle. Malgré son handicap, Il s'était lancé le défi de réaliser son rêve : traverser le Canada en courant.

Pendant la traversée, alors même que son cancer le faisait souffrir, un journaliste lui demande comment arrive-t-il à ne pas abandonner devant l'ampleur de la distance à parcourir et face à la douleur ?

Savez-vous ce qu'a répondu Terry Fox au journaliste ?

Il a répondu qu'il se [focalisait sur l'objectif](#) d'atteindre le prochain pylône électrique, puis le suivant, et ainsi de suite.

L'important est donc d'engager de petites actions qui vous permettront d'accéder à la suivante. Ce point-là est d'ailleurs une excellente transition vers la partie II de ce guide puisque nous allons voir comment évaluer si cette idée est rentable et comment la tester auprès du marché avant d'y investir trop de temps et d'argent !



Votre idée est-elle viable ? **Vous voulez créer un business qui vous permettra de vivre à 100% de ses revenus n'est-ce pas ?** Il est donc très important de savoir si vous allez pouvoir vendre votre produit ou service. Il est inutile de se lancer dans une grosse étude de marché, rappelez-vous, on veut tester rapidement une idée pour évaluer son potentiel.

Demandez-vous **quelle valeur vous pouvez apporter et à combien de personnes ?** Quel est le degré de douleur de votre cible auquel votre offre répond ? Quel est le degré de plaisir recherché par votre cible auquel votre offre répond ?

### La landing page ou la page de vente :

Ensuite il est assez simple de tester rapidement votre idée sur internet, en créant ce qu'on appelle une « landing page ». Je vois déjà venir certains d'entre vous... Mais c'est quoi une landing page ?

Voici un exemple d'une landing page très simple avec un titre, une promesse, et une capture de mail.



**Pas de panique !** Il s'agit d'une page web unique que vous créez (il existe aujourd'hui des sites qui proposent de construire des landing pages de manière très simple -> voir la section « ressources » à la fin du guide) sur laquelle vous pouvez proposer un produit, un service, et diffuser votre message de vente pour un coût minime (hébergement de la page internet et nom de domaine). Vous pourrez alors récupérer les adresses email des personnes intéressées par exemple. Ainsi **il sera facile de voir si votre produit ou service intéresse et capte l'attention de votre cible.**

Pour illustrer ce point j'aimerais vous raconter une nouvelle histoire (oui, j'aime bien les histoires). Vous connaissez peut-être la société Zappos, plateforme en ligne de vente de chaussures fondée en 1998 (<https://www.zappos.com>), aujourd'hui très connue aux États Unis.

Quand le fondateur de Zappos, Nick Swinmurn, a eu l'idée de lancer sa société en ligne de vente de chaussure en 1999, beaucoup de gens lui ont dit : « *Mais Nick, ça ne marchera jamais ton idée, personne ne voudra acheter des chaussures en ligne sans les avoir essayées !* ». Rappelez-vous, nous sommes en 1999, Internet et le e-Commerce ne sont pas développés et les clients n'ont pas encore pris l'habitude de pouvoir tout acheter en ligne.

Savez-vous ce qu'a fait Nick ?

Il est descendu dans le magasin de chaussures en bas de chez lui et a pris en photos quelques paires de chaussures. De retour chez lui il a mis en vente sur une plateforme en ligne (via une landing page) les mêmes chaussures qu'il avait prises en photo. Dès qu'il faisait une vente, il descendait au magasin acheter la paire de chaussure correspondante pour ensuite l'envoyer à son client.

**BAM !! En l'espace de quelques jours, il avait pu valider son concept sans avoir investi**, ni une grosse somme d'argent ni des centaines d'heures de développement de son produit. Ensuite seulement il s'est entouré d'une équipe pour le développement de la plateforme, de la logistique, etc....

Des histoires comme celle-ci j'en ai des dizaines à vous raconter, c'est simplement pour vous montrer qu'il est possible de tester son idée et valider son potentiel économique avant d'y investir trop de temps et d'argent.

Autres astuces, regardez votre fils d'actualité Facebook, si vous avez « liké » ou appartenez à des groupes en lien avec votre passion, expertise, ou produit similaire au votre, il se peut que vous soyez la cible de publicités. Si vous voyez des publicités récurrentes sur un produit spécifique, c'est bon signe ! Pourquoi ? Parce que cela veut dire que ce produit fonctionne, sinon les publicités ne seraient pas récurrentes mais simplement ponctuelles.

Nous venons de voir comment trouver une idée qui nous ressemble et comment la tester sans se ruiner. Voyons maintenant une **3ème clé : comment connaître son client idéal et maximiser ses chances de faire cartonner son business.**



Quand je pose cette question : « *au-delà de votre cible, quel est votre client ou cliente idéal(e) ?* » on me répond souvent quelque chose comme « *ma cible c'est les hommes de 35 à 55 ans qui habitent en ville, avec telle passion et appartenant à telle catégorie socio-professionnelle.* ».

C'est déjà bien me direz-vous.

Seulement il est possible de faire beaucoup mieux. **Plus votre client idéal sera défini, précis, et identifié, plus votre business aura de chance de réussir !**

Deux questions à se poser :

- 1) Qui est ma cible ?
- 2) Où est ma cible ? (activité, groupe FB,...) ?



### 1) Qui est ma cible ?

Utilisez internet ! Pendant très longtemps il était quasi impossible de récupérer des informations précises sur sa cible sans se rendre sur le terrain. Aujourd'hui il est plus simple de segmenter votre cible en fonction de ses goûts musicaux, de sa littérature préférée, des groupes thématiques Facebook auxquels elle adhère, etc. Ceci est d'autant plus important qu'avec la masse d'informations reçue chaque jour, **vos potentiels clients sont devenus très exigeants et sensibles à des produits ou services dont ils ont réellement besoin.**

Ces mêmes prospects s'attendent à recevoir un message qui leur est directement destiné sous peine de simplement ignorer ce message. D'où l'importance de bien connaître son client idéal pour lui adresser le message dont il a besoin.

Il y a **3 sphères intéressantes à traiter** pour collecter un maximum d'informations : démographique, émotionnelle et aspirationnelle.

- La **sphère démographique** touche à toutes les informations factuelles et physiques : l'âge, le sexe, l'emplacement géographique, la catégorie socio -professionnelle,
- La **sphère émotionnelle** fait appel aux peurs, craintes, incertitudes de votre client idéal,
- La **sphère aspirationnelle** fait référence à ce que le client veut obtenir ou éviter (douleur, évitement, peine, plaisir, amélioration, ...).

Demandez-vous quelles sont les douleurs, passions, désirs de votre cible, à quoi pense-t-elle ? Quel est son état d'esprit ?

Ce sont ces critères qui permettent de **créer un message hyper ciblé** qui va toucher vos prospects en plein cœur.

## 2) Où est ma cible ? (activité, groupe FB,... ) ?

Rappelez-vous que vous vous adressez à de vraies personnes donc vous devez penser à leur comportement. Où est-ce qu'elles se trouvent ? Où passent-elles leur temps sur internet ? Utilisent-elles Facebook ou préfèrent-elles Instagram ? Où aiment-elles passer du temps (restaurant, salle de sport,...) ? Quels livres achètent-elles sur Amazon (voir les commentaires clients pour cela) ?

Vous avez compris le truc ? Imaginez que vous êtes un minier essayant de trouver le filon d'or, vous savez qu'il y en a un, mais vous n'êtes pas certain de son emplacement exacte... Il suffit de trouver une veine et de la suivre.



Il est révolu le temps où il était simple d'être seul sur un marché. Aujourd'hui, à moins d'une innovation révolutionnaire et disruptive, beaucoup de services ou de produits se ressemblent. **Il faut donc être plus visible ET se démarquer !**

Je vais être très honnête avec vous, je ne ré invente pas la roue, le marketing et l'art de raconter une histoire existe depuis la nuit des temps.

Dans l'Antiquité, les artisans et commerçants utilisaient déjà des signes, des marques verbales et figuratives lors de leurs échanges commerciaux pour mieux vendre leur produits. Par exemple pour les Grecs, « *Niké* » représentait la victoire et était surnommée « la déesse aux pieds ailés ». Plus de 2 000 ans plus tard, la marque Nike avec sa virgule inversée en a fait un subtil rappel. Quoi de mieux pour illustrer la victoire de champions portant des chaussures Nike que les ailes de la victoire ?

## **L'attractivité de votre image (personnelle ou de votre société) :**

Quand je parle d'attractivité de votre image, je veux parler de l'attrait que les gens vont avoir pour l'humanisation de votre business et des valeurs que vous véhiculez. **En tant que créateur de business, comment mettre en avant vos atouts spécifiques pour que les gens vous reconnaissent à coup sûr ?**

Prenez l'exemple des stars de cinéma. Quel que soit le film dans lequel elles jouent, qu'il soit bon ou mauvais, si vous adorez tel acteur ou telle actrice, il y a plus de chance que vous alliez voir le film. Souvent, une entreprise va mettre en avant son fondateur, un client qui a réussi, ou un personnage auquel les gens et les clients vont s'attacher, prenez par exemple Coca Cola qui a démocratisé l'apparition du Père Noël dans ses publicités en créant un personnage phare de la marque.

Ce que vous devez retenir ici tient en **4 éléments** :

**1) Votre histoire** : votre histoire permet à vos prospects de vous humaniser. Les gens aiment connaître le chemin parcouru, comment vous êtes passé du point A au point B, souvenez-vous en début de ce guide, je vous parlais des histoires de transformation. C'est ce qui rend votre progression et votre transformation réaliste. Imaginez-vous l'impact sur vos prospects lorsqu'ils verront que vous êtes passé par le même chemin, par la même situation que celle qu'ils vivent aujourd'hui. Automatiquement, la connexion est beaucoup plus forte et vous ajoutez de l'humain dans votre business.

**2) Vos anecdotes** : ajouter des anecdotes personnelles, faciles à se rappeler, et qui illustrent votre message, vous démarquera directement de vos concurrents. Tout simplement parce que notre cerveau se remémore beaucoup plus les histoires qui nous ont fait ressentir une émotion.

Je fais beaucoup de séminaires et de conférences et **90 % des informations et concepts que je retiens sont ceux qui ont été illustrés par une image ou une anecdote**. Regardez dans votre vie, vous verrez qu'il y a une multitude de petites anecdotes qui peuvent illustrer votre message. Si vous n'en trouvez pas, utilisez des anecdotes de la vie d'autres personnes (entrepreneurs, célébrités,...), retenez simplement que votre message restera ancré beaucoup plus longtemps dans l'esprit de vos prospects en utilisant cette technique. Regardez les histoires que je vous ai racontées précédemment, les concepts qu'elles illustrent ne sont-ils pas plus simples à retenir ?

Je vous donne un exemple personnel :



Je pense que nous sommes dans une économie en transition vers une économie de la connaissance, où la valeur de l'information est de plus en plus importante. Si je veux faire passer un message sur le don d'informations par exemple, je vais raconter une histoire de ce genre :

Il y a quelque temps, j'étais à une conférence à Paris donnée par un conférencier canadien et lors de cette conférence j'ai eu l'occasion de rencontrer des gens fantastiques. Je discute alors avec une personne et nous échangeons sur la valeur des choses et la valeur de nos connaissances.

C'est alors qu'il me dit : « *donne-moi 20€* », vous imaginez bien que j'ai une réaction qui ressemble à « *pourquoi devrais-je te donner 20 € ?* » Et c'est alors qu'il m'explique : « *si tu me donne 20 €, nous sommes bien d'accord que tu les perds ?* » Ce à quoi je réponds évidemment oui ! « *En revanche en échangeant nos connaissances nous venons de créer de la valeur et pour l'un et pour l'autre sans avoir perdu ce que nous avons donné !* »

C'est pour créer de la valeur que je vous offre ce guide, pour qu'à votre tour vous puissiez créer de la valeur et ainsi de suite. Vous voyez le concept ?

Voici comment en 1 min avec une anecdote simple vous pouvez faire passer un message, quel qu'il soit, qui restera dans l'esprit de vos prospects.

**3) Soyez authentique** : Attention je n'ai pas dit que vous deviez vous inventer une vie et créer un personnage de toute pièce ! Le 3<sup>ème</sup> élément important de votre image est votre authenticité et votre vulnérabilité. C'est certainement l'un des points les plus difficiles pour les entrepreneurs. J'ai un secret pour vous : les gens parfaits sont ennuyeux et n'existent que dans les films (ou dans les médias) !

Etre authentique et montrer votre vulnérabilité permet deux choses : premièrement **vous restez vous-même et aligné avec vos valeurs**, ainsi votre esprit et votre corps seront totalement engagés dans votre message, vous aurez plus d'impact ! Deuxièmement cela permet de **connecter avec vos prospects**, en leur montrant que vous n'êtes pas parfait vous suscitez automatiquement de l'empathie. **Ils peuvent ainsi beaucoup plus facilement s'identifier à vous, vous suivre et acheter vos produits.**

**4) Polarisez votre message :** Une erreur souvent commise par les entrepreneurs qui proposent un service est de vouloir plaire à tout le monde et de toucher tout le monde. La vérité c'est que de cette manière vous ne toucherez personne et que votre message sera ennuyeux face à la quantité de messages que votre cible reçoit chaque jour.

Bien sûr parmi vos prospects, certains vous adoreront ou adoreront votre produit, d'autres seront neutres et d'autres vous détesteront ou n'auront aucun intérêt pour votre produit. J'ai une bonne nouvelle pour vous, le jour où vous commencerez à avoir des retours critiques de vos prospects ce sera un signe que vous êtes sur la bonne voie, car vous serez visibles ! **Si votre message reste neutre, personne ne critiquera votre produit ou ne vous appréciera parce que personne ne vous connaîtra.**



Je le reconnais, ces stratégies ne sont pas toujours évidentes à mettre en place mais sachez qu'elles ont fonctionné pour les entrepreneurs que j'ai accompagnés et je m'efforce de les appliquer dans mon propre business.

**En bonus,** je voudrais vous donner **une dernière clé** qui pour moi fait partie des fondations de tout business.

## 1 astuce simple pour être certain de garder le cap !

D'expérience, un business qui réussit sur le long terme est un business où le ou les fondateurs sont **animés d'un « pourquoi » fort et aligné avec leurs valeurs profondes**. Et croyez le ou non mais sur le long terme la seule motivation de gagner de l'argent n'est pas suffisante ! Oui je sais, je risque d'en décevoir plus d'un ici. Entreprendre c'est un état d'esprit, c'est du travail et je me dois de vous le dire avant que vous vous lanciez.

On dit souvent que **réussir en tant qu'entrepreneur c'est 70% d'état d'esprit et 30% de « mécanique »**, et ce n'est pas moi qui le dis, ce sont de brillants entrepreneurs qui ont déjà réussi.

Lancez-vous si vous êtes prêt à travailler dur, les premières années au moins, faite ce que vous aimez mais assurez-vous qu'il y a une demande pour cela. Je vois encore trop d'entrepreneurs penser que c'est facile et qu'ils vont devenir millionnaires en un claquement de doigts. **FAUX !**

Quel que soit le type de business, assurez-vous de savoir « pourquoi » vous voulez vous lancer, quelles sont les valeurs que vous voulez tenir, et **ce qui vous fait vibrer !**

Si vous êtes ok avec ceci lancez-vous, votre « pourquoi » sera là pour vous aider à garder le cap et je serai là pour vous aider à passer les étapes !

Vous avez maintenant de quoi appliquer directement ces techniques pour démarrer ou pour développer votre business si vous êtes déjà lancé !



## Quelles sont les prochaines étapes ?!

Si vous voulez en savoir plus sur comment vous créer une startup sur internet, garder un état d'esprit en béton, devenir créateur de contenu, quels outils utiliser, quelles sont les stratégies pour attirer vos prospects et vendre vos premiers produits, vous pouvez suivre ma progression *ici* !

Attention, je tiens à être clair, pour entreprendre il faut de l'engagement, de la détermination, l'envie d'apprendre, et de travailler. **C'est pourquoi je ne m'adresse pas à tout le monde, mais seulement à celles et ceux qui sont les plus motivés pour expérimenter, passer à l'action et réussir !**

Retrouvez moi sur Facebook et Youtube et Instagram, je vous parle **d'entrepreneuriat, de mindset et de marketing internet**. Vous aurez accès à des ressources gratuites et des interviews d'entrepreneurs qui vont vous permettre de faire passer votre business à l'étape supérieure et de rejoindre une team d'entrepreneurs surmotivés !!

Il suffit de **cliquer sur les logos ci dessous**.



Vous recevrez mes stratégies, les erreurs à éviter, les dates des conférences en exclusivité, l'ouverture de « l'accélérateur d'entrepreneurs », et des prochaines formations avant tout le monde et à prix avantageux pour vous remercier.

## Si vous le souhaitez, je peux aussi directement vous aider à :

- Mettre en place votre stratégie pour démarrer votre projet
- Vous accompagner sur le développement de votre business (positionnement, produit, acquisition client, vente, développement de chiffre d'affaires,...)
- Mettre en place votre stratégie de visibilité sur les médias sociaux
- Mettre en place une stratégie de marketing digital pour construire et développer votre liste d'emails
- Gérer vos campagnes de publicité Facebook.

## Ressources utiles :

### Création de landing page :

<https://www.strikingly.com>

<https://www.leadpages.net>

<https://www.launchrock.com>

### Lectures utiles pour entreprendre avec succès :

#### Entrepreneuriat :

Lean Startup - Eric Ries

La semaine de 4 heures - Tim Ferris

Tout le monde n'a pas eu la chance de rater ses études - Olivier Roland

Unscripted (anglais) - MJ DeMarco

#### Mindset (tout ce qui touche à l'état d'esprit d'un entrepreneur à succès) :

Père riche, père pauvre - Robert Kiyosaki

Le quadrant du cashflow - Robert Kiyosaki

The millionaire fastlane (anglais) - MJ DeMarco

#### Marketing :

Ces idées qui collent - Chip Heath et Dan Heath

Expert Secrets - Russel Brunsson

# MERCI D'AVOIR LU CE GUIDE !

J'espère que ce guide vous aura apporté de la valeur et qu'il vous accompagnera dans la création de vos projets. Pour ma part, j'ai pris beaucoup de plaisir à l'écrire et pensant à votre future liberté !

Max, *Success Entrepreneurs*



Si vous voulez en savoir plus sur ça se passe **ici** !



Vous avez peut-être envie dès à présent de vous replonger dans votre projet pour passer au niveau supérieur, c'est génial ! Pour vous proposer toujours le meilleur contenu, et surtout adapter celui-ci à vos besoins, **j'aimerais vous poser 5 questions rapides**. Ces questions sont comme un bilan et vous pourrez même me poser une question à laquelle je répondrais personnellement !

Pour cela je vous invite dès maintenant à cliquer sur le bouton ci-dessous pour découvrir ces 5 questions...

[Faire le bilan](#)



Success  
Entrepreneurs