

# Voici ce que je ferais si je devais repartir de zéro dans l'entrepreneuriat

*Entrepreneure, Yéza Lucas se demande ce qu'elle aurait refait à l'identique, ou ce qu'elle aurait changé dans sa manière de lancer son entreprise, si elle devait monter sa société aujourd'hui.*

Temps de lecture : minute

---

7 janvier 2020

Republication de février 2019

Je suis lancée depuis maintenant un an et demi dans l'entrepreneuriat et j'arrive aujourd'hui à prendre un peu de recul sur les différentes actions que j'ai mises en plus : parmi elles, il y a celles que j'aurais gardées et celles que j'aurais faites autrement. Celles que j'aurais gardées sont la base solide qui me permet d'avoir réussi ce que j'entreprends aujourd'hui. A côté de ça, j'aurais pu avancer plus vite mais également perdre moins d'argent si j'avais fait les choses autrement.

Ce que j'aurais refait de la même manière en repartant de zéro dans l'entrepreneuriat

## J'aurais une nouvelle fois travaillé la préparation de mon lancement

Je me suis lancée durant l'été 2017 et j'ai commencé à préparer mon lancement quelques mois plus tôt en étant salariée : pendant ces quelques mois, j'ai cumulé heures de présence sur mon lieu de travail avec réseautage en fin de journée, formation en ligne les soirs et week-

ends et développement de mon réseau avec des coups de fils entre midi et deux. En plus de cela, j'ai commencé à développer une communauté autour d'un blog et d'une newsletter thématique : le développement durable et l'économie sociale et solidaire. Pendant ces quelques mois, mon rythme de travail était devenu très intensif mais il m'a permis de ne pas partir de rien. Je me suis donc lancée avec un petit réseau et surtout une spécialisation thématique pour affirmer mon positionnement.

## J'aurais une nouvelle fois opté pour une stratégie d'inbound marketing

L'inbound marketing, ou le fait de faire venir les clients à soi grâce à des contenus à forte valeur ajoutée est un puissant levier de développement de sa clientèle : il implique de mettre en place une stratégie de contenu efficace et surtout régulière. En définissant une ligne éditoriale, en trouvant des idées de contenus et en les publiant et communiquant régulièrement, plus besoin de prospecter et de démarcher. Je n'aime pas être démarchée alors j'ai choisi une stratégie qui m'a permis de ne pas avoir à le faire. Résultat : en un an et demi je n'ai jamais eu à devoir démarcher. Une belle stratégie que je remettrais en place sans hésiter.

## J'aurais une nouvelle fois opté pour un statut de micro-entreprise avec l'Accre

Je me suis lancée en micro-entreprise en bénéficiant d'une aide de l'Etat : l'Accre. L'Accre m'a permis de me lancer avec 5,5 % de charges. Elle m'a permis de pouvoir me lancer facilement. Le statut de micro-entrepreneur est également très avantageux car il permet de ne pas avoir de comptabilité à tenir, et d'avoir des démarches administratives simplifiées. La combinaison d'un statut juridique au régime simplifié avec une aide financière (et un petit chômage) m'a permis de me lancer de manière plus fluide ;

## J'aurais une nouvelle fois choisi de créer une communauté dès mon lancement

Quand on se lance comme entrepreneur, il est important d'avoir des personnes qui nous suivent, que l'on peut aider et qui nous soutiennent : ces personnes forment notre communauté. J'ai lancé ma première communauté via ma newsletter thématique puis, je l'ai développé par la suite sur Facebook avec mon réseau des freelances de l'ESS et du développement durable. Cette communauté m'a permis de trouver mes premiers clients et de me faire reconnaître comme référence dans mon secteur d'activité. Aujourd'hui, j'ai une nouvelle ligne éditoriale, une nouvelle communauté sur Facebook (Les Mémorables Storypreneurs) mais je continue de lui apporter mon aide et de la rencontrer régulièrement grâce à l'organisation d'événements.

## J'aurais une nouvelle fois choisi d'investir dans du coaching

En 2019, j'ai fait le choix d'investir dans du coaching pour avancer sur certains points administratifs (devenir organisme de formation et datadockée) et de marketing (publicité Facebook, SEO). Et c'est sans regret car j'ai reçu un accompagnement personnalisé qui m'a permis de monter en compétences et de pouvoir à mon tour aider mes clients sur ces différents points. Je peux également répercuter mes nouvelles compétences sur mes tarifs.

En revanche, il y a bien des choses que j'aurais entrepris autrement pour gagner de temps et perdre moins d'argent.

Ce que j'aurais refait autrement en me lançant

## J'aurais eu un oeil un peu plus attentif sur ma comptabilité

En novembre 2018, j'ai dépassé le plafond qui me permettait de ne pas être assujettie à la TVA. Malheureusement, je m'en suis rendue compte en janvier. Ce qui m'a donné du fil à recoudre : deux mois de factures à rattraper et une perte de temps considérable. En plus de ça, j'ai fait le choix d'un mauvais cabinet d'experts-comptables qui m'a donné beaucoup de stress quotidien. En ayant suivi d'un peu plus près ma comptabilité, j'aurais été alarmée de mon Chiffre d'affaires un peu plus tôt et j'aurais gagné plus de temps sur ces points.

## J'aurais mieux choisi les formations en ligne que j'ai achetées

Depuis mon lancement, j'ai dû dépenser près de 3000 euros de formations en ligne. Certaines m'ont été utiles mais d'autres pas du tout. J'ai acheté un certain nombre de formations pour me rassurer mais je n'ai rien appris en fin de compte. J'aurais dû mieux définir quelles étaient mes priorités pour monter en compétence et surtout prendre conscience que c'était surtout de l'accompagnement individualisé plus que de la formation en ligne dont j'avais besoin.

## J'aurais mieux ciblé mon persona

Je ne m'étais pas vraiment posé la question de qui je visais. J'ai commencé par vouloir toucher tout le monde, puis des startup et des freelances, puis des freelances (encore trop larges) et maintenant, je vise des freelances "matures" qui ont compris que l'investissement était capital pour avancer dans leur projet entrepreneurial. Pendant des mois, je dépensais trop d'énergie à toucher des personnes qui n'auraient même pas mis la main au porte monnaie pour 5 euros. Aujourd'hui, je les ai

éloignées de mon spectre de clients.

## J'aurais eu un meilleur questionnement sur mon "pourquoi"

Je me suis lancée certes avec préparation mais sans travail introspectif : je ne m'étais pas posé de questionnements sur la raison de mon lancement, sur ma vision entrepreneuriale, ni sur le sens de mon activité. Ces questionnements m'ont rattrapée un an après mon lancement, où j'ai dû tout remettre sur la table et partir sur de bonnes bases : qu'est-ce qui me définit ? Pourquoi travaillerait-on avec moi et pas un autre ? Qu'ai-je envie que l'on retienne de moi dans cinq ans, dans dix ans ? Quelle est ma proposition de valeur aujourd'hui ? La réponse à ces interrogations m'a permis de repartir sur des bases solides, mais si j'avais eu ces questionnements à mon lancement, j'aurais certainement pu éviter de pivoter dans mon activité.

## Je me serais fixé des objectifs mesurables

Tout comme l'erreur ci-dessus, j'aurais dû préparer mon lancement avec des objectifs clairs, mesurables et atteignables. N'ayant pas de vision entrepreneuriale, je n'avais pas non plus d'objectifs. J'ai donc avancé à l'aveugle pendant près d'un an. Certes les résultats étaient satisfaisants mais irréguliers. Sans objectifs mesurable, on ne peut pas mettre en place une stratégie adaptée pour les atteindre. C'est ce qu'il me manquait pour mesurer mes avancées.

## J'aurais développé dès le départ une vraie méthode de coaching

Je me suis lancée dans le coaching entrepreneurial par "hasard" : d'abord community manager, j'ai réalisé que je préférais le conseil et

l'accompagnement à l'opérationnel. C'est ainsi que je suis devenue d'abord consultante en communication digitale puis coach pour entrepreneurs. Mais encore une fois, le switch s'est opéré sans réel réflexion en amont : j'ai donc mis un certain temps avant de formuler une vraie méthode de coaching. Ce manque de méthode m'a fait paraître plus brouillon sur mes premiers coachings. Une méthode de coaching qu'est-ce que c'est ? Une écoute proactive, une reformulation des besoins, une définition d'objectifs, une stratégie et surtout un suivi régulier. Ces différentes étapes permettent de définir si le coaching a apporté des résultats concrets et visibles pour le client.

## J'aurais mieux travaillé mon référencement naturel

Depuis mon lancement, j'ai écrit beaucoup d'articles de blog, mais je n'avais pas bien travaillé mon référencement naturel (SEO). Résultat : des pertes de trafic conséquentes. J'ai dû revoir l'intégralité de mon site web et de mes articles (plus de 150 pages) pour les optimiser ou les supprimer. Si ce travail avait été fait régulièrement, j'aurais perdu moins de temps et sûrement touché plus de clients.

## J'aurais mieux travaillé ma stratégie d'acquisition de leads

De la même manière, j'ai pensé qu'une proposition de valeur forte suffirait à développer les abonnés de ma newsletter. J'ai négligé la mise en place de leadmagnets pour acquérir de nouveaux leads (mails). Quand on sait que l'email est l'un des outils les plus puissants de marketing, ne pas passer par le développement de sa mailing list ralentit drastiquement le développement de son activité. Aujourd'hui, j'obtiens des leads grâce à des leads magnets gratuits et de qualité (guide du personal branding, cours vidéos sur le copywriting), et en développant la publicité Facebook

(quasiment incontournable aujourd'hui)

## J'aurais lancé rapidement les démarches pour devenir un organisme de formation

Devenir organisme de formation, c'est augmenter les chances de développer ses ventes en coaching et formations en ligne grâce à la prise en charge par son OPCA quand on est freelance ou Pole Emploi quand on est chômeur. En facilitant l'accès financier à mes différentes prestations, j'aurais pu développer plus facilement ma clientèle. Je travaille aujourd'hui sur ces démarches administratives, mais la constitution d'un dossier et le délai de réponse est long. Il me faut aujourd'hui attendre encore quelques mois pour pouvoir offrir cette possibilité à mes clients.

## J'aurais refusé plus de missions

Quand on se lance dans l'entrepreneuriat, on a peu d'expérience, et on pense comme un salarié. On accepte des relations clients qui ne correspondent pas à nos valeurs et on travaille pour des sommes qui ne donnent pas envie de se lever le matin. A mon lancement, j'ai subi à plusieurs reprises ce type de missions. Ce sont les problèmes qui arrivent quand on se lance dans des métiers "opérationnels". Aujourd'hui, en proposant du coaching individuel, ce rapport de force est plus improbable. Mais quand je me suis lancée, je pensais que toute mission était bonne à prendre, et j'en ai subi les conséquences.

## Je me serais moins reposée sur mes lauriers

J'ai eu l'occasion de collaborer avec plusieurs gros clients au cours de ma première année. Le problème avec les gros clients si on y fait pas attention, c'est la dépendance financière. Et c'est ce qui m'est arrivée, lorsque je me suis dit que les revenus que j'obtenais de ces clients me

suffisaient pour vivre. J'ai, pendant une période, ralenti mon rythme de communication ainsi que la fréquence de mes contenus. Depuis, j'ai compris mon erreur et j'ai pu la rattraper. Mais l'entrepreneuriat n'est pas chose rapide. Chaque changement de stratégie peut prendre quelques mois avant de voir les nouveaux résultats. J'ai donc perdu du temps suite à une négligence de ma part.

Aujourd'hui, je suis lancée depuis un an et demi. J'ai commis un certain nombre d'erreurs et j'aurais refait beaucoup de choses autrement. J'ai écrit cet article pour ceux qui se lancent et qui veulent gagner de temps et j'espère qu'il pourra les aider à avancer plus vite. Pour ma part, si je devais repartir de zéro, j'aurais rebattu les cartes, mais je suis fière de ce que j'ai accompli. Ce qui compte aujourd'hui n'est pas comment j'aurais pu mieux faire les choses, mais comment, à la lumière de mes expériences, je vais avancer demain.

---

Article écrit par Yéza Lucas