
Ma révolution IA

30 jours pour passer de salariée à indépendante, sans compétences techniques

MÉTHODE COMPLÈTE · PROMPTS INCLUS · COMMUNAUTÉ

Édition 1.0 · Mises à jour incluses

« Ma révolution IA » · Édition 1.0 · 2026

© [Votre nom / votre marque]. Tous droits réservés. Toute reproduction, même partielle, est interdite sans autorisation.

Cet ouvrage fournit des informations générales. Il ne constitue ni un conseil juridique, ni un conseil fiscal, ni une promesse de revenus. Les chiffres et dispositifs cités sont à vérifier auprès des sources officielles au moment de la lecture.

Accès à la communauté privée et aux mises à jour : [\[LIEN À INSÉRER\]](#)

Sommaire

Introduction : vous n'êtes pas obligée de tout plaquer	5
PARTIE 1 : COMPRENDRE	7
Chapitre 1 : pourquoi c'est votre moment	8
Chapitre 2 : votre copilote en une heure	12
Chapitre 3 : les trois seules façons de gagner de l'argent avec l'IA	16
PARTIE 2 : CHOISIR	20
Chapitre 4 : le test pour trouver votre voie	21
Chapitre 5 : le catalogue, environ 25 activités passées au crible	25
PARTIE 3 : LANCER	40
Chapitre 6 : vérifier votre idée en 7 jours, sans dépenser un euro	41
Chapitre 7 : créer votre offre	44
Chapitre 8 : votre vitrine en un week-end	47
Chapitre 9 : vos trois premières clientes	50
PARTIE 4 : DURER	53
Chapitre 10 : produire deux fois plus vite	54
Chapitre 11 : l'argent et le côté légal, sans stress	56

BONUS : réussir votre reconversion salariée avec l'IA

62

ANNEXE : la bibliothèque de prompts

65

Le mot de la fin

69

Introduction : vous n'êtes pas obligée de tout plaquer

Dimanche soir, 22 heures. La semaine est préparée, la vôtre et celle des autres. Entre deux machines, vous avez encore jeté un œil aux mails du travail. Et cette pensée revient, la même que dimanche dernier : je ne tiendrai pas dix ans de plus comme ça.

Si cette pensée vous ressemble, ce livre est pour vous. Et commençons par une bonne nouvelle : vous n'êtes pas un cas à part. Les études récentes sur le travail le montrent, près d'un actif sur deux pense sérieusement à changer de voie. Parmi ceux qui franchissent le pas, une personne sur deux est une femme. Le plus souvent pour une raison que vous connaissez par cœur : tout tenir en même temps, le travail et le reste, devient impossible.

Ces mêmes études disent aussi ce qui retient les gens. La peur de se planter, d'abord. L'argent, juste derrière. Autrement dit, ce n'est pas l'envie qui manque. Ce qui manque, c'est un chemin qui ne mette pas votre sécurité en danger.

C'est exactement ce que ce livre vous propose.

Le pacte de ce livre

Soyons claires dès la première page sur ce que vous trouverez ici, et sur ce que vous n'y trouverez pas.

Ce livre ne vous demandera pas de démissionner. Tout ce qu'il contient se construit à côté de votre emploi, quelques heures par semaine. Votre salaire, c'est votre filet. On ne saute pas sans filet. On construit d'abord de quoi atterrir.

Ce livre ne vous promet pas de devenir riche. Vous avez déjà vu passer ces publicités : 10 000 euros par mois grâce à l'IA, en dormant. On en reparlera au chapitre 3, parce que savoir repérer ces promesses est une compétence en soi. Ici, l'objectif est plus modeste et plus solide : construire en trente jours une petite activité bien à vous, puis aller chercher vos premières clientes dans les semaines qui suivent. Ce que ça rapportera dépendra de vous, de votre régularité et de votre marché. Personne ne peut vous garantir un chiffre. Quelqu'un qui vous en garantit un vous ment.

Ce livre ne demande aucune compétence technique. Si vous savez écrire un message et tenir une conversation, vous savez déjà faire l'essentiel. L'IA se pilote en français, avec des phrases normales, depuis votre téléphone ou votre ordinateur.

En échange, ce livre vous demande trois choses : faire les exercices (ils sont courts, mais ce sont eux le vrai livre), être honnête avec vous-même aux moments de choix, et tenir trente jours.

Pourquoi l'IA, et pourquoi vous

Vous vous demandez peut-être ce que l'intelligence artificielle vient faire dans une histoire de reconversion. La réponse tient en une phrase : l'IA a rendu l'indépendance beaucoup moins chère.

Il y a cinq ans, se lancer demandait soit de l'argent, soit des mois d'apprentissage. Le site, les textes, les devis, la paperasse. Ce mur a fondu. Ce qui prenait des semaines se fait maintenant en quelques heures, avec un outil qui écrit, organise, calcule et vous explique. À une condition : savoir s'en servir avec méthode. C'est ce que vous tenez entre les mains.

Et vous partez avec un atout que vous sous-estimez sûrement : vos années de travail. L'organisation, la rigueur, le sens du client, la connaissance d'un métier et de ses codes. L'IA ne remplace rien de tout ça. Elle le multiplie. Une personne compétente qui sait se servir de l'IA devient très difficile à rattraper. C'est cette combinaison qu'on va construire ensemble.

Comment ce livre fonctionne

Le parcours suit quatre étapes, dans l'ordre où les questions vont se poser :

1. **Comprendre.** Où en est l'IA, ce qu'elle est vraiment, et comment la prendre en main en une heure.
2. **Choisir.** Un test pour cerner votre profil, puis un catalogue d'environ vingt-cinq activités détaillées. Vous en sortirez avec votre piste à vous.
3. **Lancer.** Vérifier votre idée en sept jours sans dépenser un euro, construire votre offre, et trouver vos trois premières clientes.
4. **Durer.** Produire plus vite, encaisser proprement, rester dans les règles, et dérouler votre plan sur trente jours.

Chaque chapitre se termine par l'essentiel à retenir et une petite action de quelques minutes. Faites-les en lisant. À la fin du livre, votre projet ne sera pas « à démarrer ». Il sera déjà en route.

Dernière chose : ce livre vit. L'IA bouge vite. Votre exemplaire donne droit aux mises à jour, et à notre groupe privé, où vous pourrez poser vos questions et raconter vos avancées à d'autres lectrices qui font le même chemin que vous. Vous ne serez pas seule.

On commence.

PARTIE 1 : COMPRENDRE

Chapitre 1 : pourquoi c'est votre moment

Avant de parler de vous, parlons du moment. Si ce livre existe, ce n'est pas un hasard de calendrier. Quelque chose s'est passé ces trois dernières années, et ce quelque chose crée une ouverture. Encore faut-il comprendre ce qui se joue.

Où en est l'IA, vraiment

En 2022, l'intelligence artificielle qui écrit et qui répond était une curiosité de laboratoire. Aujourd'hui, d'après le Baromètre du numérique 2026, la grande enquête du CRÉDOC pour l'Arcep, près d'un Français sur deux l'utilise. Ils étaient un sur cinq en 2023. En vingt-cinq ans de mesure, aucune technologie n'était entrée aussi vite dans les habitudes. Ni Internet, ni le smartphone.

Trois choses à retenir de ce basculement.

D'abord, l'IA est devenue un outil ordinaire. Ce n'est plus de la science-fiction ni un jouet de passionnés d'informatique. C'est un outil du quotidien, comme le moteur de recherche avant elle. Sauf que celui-ci vous répond, écrit avec vous et s'adapte à votre situation.

Ensuite, presque tout le monde l'utilise mal. L'adoption a été si rapide que la méthode n'a pas suivi. La plupart des gens posent une question, lisent la réponse, referment. Très peu savent en faire un vrai assistant de travail. Entre « avoir essayé ChatGPT » et « savoir s'en servir », l'écart est énorme. Cet écart, c'est votre place à prendre. Et il se comble en quelques semaines, pas en années.

Enfin, les petites entreprises sont en train de basculer, et elles ont besoin d'aide. D'après Bpifrance Le Lab, plus de la moitié des TPE et PME françaises disent maintenant utiliser l'IA. Elles étaient trois fois moins nombreuses deux ans plus tôt. Mais « utiliser » est un grand mot. La plupart bricolent, sans méthode. Des centaines de milliers d'artisans, de commerçants et d'indépendants savent qu'ils devraient s'y mettre, et n'ont ni le temps ni l'envie d'apprendre. Retenez bien cette phrase. Au chapitre 3, elle portera un autre nom : un marché.

Voilà votre moment. Un outil puissant que tout le monde a essayé, que presque personne ne maîtrise, et des gens débordés prêts à payer pour qu'on les aide. Ces ouvertures-là ne restent pas ouvertes éternellement. Celle-ci l'est en grand.

C'est quoi, une IA, au juste

Petit détour utile, parce qu'on se sert toujours mieux d'un outil qu'on comprend.

ChatGPT, Claude, Gemini, Le Chat. Derrière ces noms, la même idée : des machines à prédire du texte. Pendant leur fabrication, elles ont avalé d'énormes quantités de textes. Des livres, des articles, des sites. Elles en ont tiré un talent étonnant : deviner, mot après mot, la suite la plus logique d'une

conversation. Quand vous posez une question, l'IA ne réfléchit pas comme vous. Elle compose la réponse la plus cohérente possible avec tout ce qu'elle a lu.

Ce n'est donc ni un cerveau, ni un oracle. L'image la plus juste, c'est celle d'une assistante incroyablement cultivée, disponible jour et nuit, qui a tout lu mais qui ne sait rien de vous. Elle propose, vous décidez. Elle écrit, vous validez. Et c'est une bonne nouvelle : votre jugement, c'est justement ce que vos futures clientes vont payer.

Ses trois défauts, et les réflexes qui vont avec

Une bonne artisane connaît les défauts de ses outils. En voici trois, à transformer tout de suite en réflexes.

Premier défaut : elle cherche à vous plaire. Ces outils ont été réglés pour être agréables. Du coup, ils ont tendance à aller dans votre sens. Racontez-lui votre idée avec des étoiles dans les yeux, elle vous dira que c'est une belle idée. Méfiez-vous. Elle dit ça à tout le monde. Le réflexe : demandez-lui de vous contredire. « Joue l'avocate du diable. » « Donne-moi les trois faiblesses de cette idée. » « Qu'est-ce qu'une experte sévère dirait de ce plan ? » Bien poussée, l'IA devient une très bonne critique. Mal poussée, c'est une flatteuse. La différence, c'est vous.

Deuxième défaut : elle se trompe avec un aplomb parfait. Il lui arrive d'inventer un chiffre, une source, une règle, et de vous le dire sur le même ton assuré que le reste. C'est devenu plus rare, mais ça existe. Le réflexe : vérifiez ce qui compte. Un chiffre que vous allez publier, une règle fiscale, une obligation légale : demandez la source, recoupez sur un site officiel. Pour un brouillon de mail ou un menu de la semaine, aucune importance. Pour une décision, vérifiez.

Troisième défaut : elle ne sait rien de votre vie. Ni qui vous êtes, ni ce que vous voulez, ni à qui vous parlez. Sauf si vous le lui dites. La qualité de ses réponses dépend directement de ce que vous lui donnez. Le réflexe : racontez avant de demander. Qui vous êtes, la situation, le but. On en fera une méthode complète au chapitre suivant.

Et une règle de prudence pour finir : ne confiez jamais à une IA des informations confidentielles. Pas de données sur les clients de votre employeur, pas d'informations sensibles sur d'autres personnes, pas de mots de passe. Au chapitre 2, on fera ensemble un réglage simple pour protéger vos conversations. Cinq minutes, une fois pour toutes.

Quatre phrases à ranger au placard

« C'est un truc de geeks. » L'IA se pilote en écrivant des phrases en français. Si vous savez envoyer un message WhatsApp, vous avez le niveau technique. Le vrai talent, c'est de demander clairement ce que vous voulez. Et ça, c'est de la communication, pas de l'informatique. Un terrain où vous partez plutôt bien équipée.

« Utiliser l'IA, c'est tricher. » On a dit pareil de la calculatrice, du correcteur d'orthographe et du GPS. Un outil n'est ni honnête ni malhonnête. C'est l'usage qui l'est. Signer un travail que vous avez dirigé, corrigé et validé, ce n'est pas tricher. C'est comme ça que des millions de gens travaillent déjà. Tricher, ce serait envoyer un texte sans l'avoir relu. Ce livre vous apprend exactement l'inverse.

« C'est une bulle, ça va passer. » La bourse fera ce qu'elle voudra, ce n'est pas votre sujet. Votre sujet, ce sont les usages : écrire plus vite, organiser, résumer, préparer. Ces usages sont entrés dans le quotidien de millions de personnes et d'entreprises. Personne ne reviendra en arrière, pour la même raison que personne n'est revenu au courrier papier après le mail.

« C'est trop tard, tout le monde s'y est mis. » Relisez les chiffres du début. La moitié des gens n'ont jamais essayé. Et dans l'autre moitié, presque tous survolent. Vous n'arrivez pas après la bataille. Vous arrivez au moment précis où bien s'en servir est encore rare. Donc précieux.

Ce que ça change pour vous, concrètement

Reprenons votre situation. Un métier, des compétences, des années d'expérience. Et en face : peu de temps, une énergie comptée, une sécurité à préserver. Voici ce que le moment actuel change à votre équation.

Essayer ne coûte presque plus rien. Tester une idée d'activité ne demande plus ni argent ni mois de préparation. Avec les méthodes de la partie 3, une idée se vérifie en sept jours, le soir, gratuitement. Se tromper est devenu bon marché. Et quand se tromper ne coûte rien, la peur de se planter perd beaucoup de son pouvoir.

Vos heures comptent double. Votre temps libre est rare, l'IA en tire beaucoup plus. Ce qui vous aurait pris un dimanche entier, écrire une page de présentation, préparer une offre, rédiger dix messages, tient maintenant dans une soirée.

Votre expérience redevient un capital. Pas besoin de repartir de zéro ni d'apprendre un nouveau métier pendant deux ans. Le chemin le plus court, vous le verrez, c'est presque toujours de prendre ce que vous savez déjà faire et de le proposer autrement, avec l'outil en plus.

Je ne vous demande pas de me croire sur parole. Dès le chapitre suivant, vous aurez les mains sur l'outil, et c'est votre propre expérience qui vous convaincra. Ou pas. C'est comme ça qu'on prend de bonnes décisions.

À retenir

- Près d'un Français sur deux utilise déjà l'IA, mais presque personne ne sait vraiment s'en servir. Cet écart, c'est votre place à prendre, en quelques semaines.
- Une IA est une machine à prédire du texte. Une assistante qui a tout lu mais ne sait rien de vous. Elle propose, vous décidez.

- Trois réflexes : demandez-lui de vous contredire, vérifiez ce qui compte, racontez votre situation avant de demander. Et jamais d'informations confidentielles.
- Essayer ne coûte presque plus rien. La peur de se planter repose en grande partie sur un monde qui n'existe plus.

Votre petite action (5 minutes)

Prenez une feuille ou votre téléphone, et notez : 1. Trois compétences que vous utilisez dans votre travail, même celles qui vous semblent banales. Surtout celles-là. 2. Deux choses que vos proches ou vos collègues vous demandent souvent, parce que « vous, vous savez faire ».

Gardez cette note. Elle servira au test du chapitre 4.

Chapitre 2 : votre copilote en une heure

Ce chapitre est un atelier. Dans une heure, pauses comprises, vous aurez un assistant installé, réglé, et vous saurez lui parler mieux que la plupart de ses utilisateurs. Installez-vous avec votre téléphone ou votre ordinateur. On fait tout ensemble.

Étape 1 : choisir votre outil (5 minutes, pas plus)

Quatre grands assistants dominent le marché en français : ChatGPT, Claude, Gemini et Le Chat. La vérité que les comparatifs à rallonge n'osent pas dire : pour ce que vous allez en faire dans ce livre, les quatre sont très bons. Les différences existent, mais elles sont petites à votre niveau. Et elles changent tous les trois mois.

La seule vraie erreur serait de passer une semaine à comparer. Alors voici la règle : prenez-en un, n'importe lequel, et gardez-le pendant tout le livre. On devient bon en pratiquant un outil, pas en en survolant quatre.

Deux repères quand même. Si vous voulez le plus répandu, celui avec le plus de tutoriels : ChatGPT. Si vous tenez à une entreprise européenne pour vos données : Le Chat.

Les versions gratuites suffisent pour démarrer. Vous verrez des limites, un certain nombre de messages par jour, mais elles sont confortables pour suivre ce livre. La version payante, autour de 20 euros par mois, viendra quand votre activité tournera. Autrement dit, quand elle pourra se la payer toute seule. Pas avant.

Créez votre compte, installez l'application sur votre téléphone, et ouvrez aussi le site sur l'ordinateur. Le téléphone pour le quotidien, l'ordinateur pour les vraies sessions de travail.

Étape 2 : le réglage de confidentialité (3 minutes, une fois pour toutes)

Avant votre première vraie conversation, un réglage qui compte. La plupart de ces outils peuvent se servir de vos conversations pour s'améliorer. Rien de grave pour des questions banales. Mais vous allez bientôt y travailler sur votre projet, autant prendre les bonnes habitudes tout de suite.

Dans les réglages, cherchez la partie « Données » ou « Confidentialité », et désactivez l'option qui autorise l'utilisation de vos conversations pour l'entraînement. Le nom exact change selon l'outil, du genre « Améliorer le modèle pour tout le monde ». C'est fait ? Parfait. On n'en parle plus.

Et la règle du chapitre 1 reste valable quoi qu'il arrive : jamais de données confidentielles de votre employeur, jamais d'informations sensibles sur d'autres personnes, jamais de mots de passe.

Étape 3 : votre première conversation, le test des dix minutes

Oubliez votre projet pour l'instant. La meilleure façon d'apprivoiser l'outil, c'est de lui confier votre vraie vie de la semaine. Envoyez-lui un de ces messages, tel quel ou adapté :

« J'ai reçu ce message d'une collègue et je veux répondre fermement, sans envenimer les choses. Voici le message : [collez-le]. Propose-moi trois réponses, de la plus diplomate à la plus directe. »

« Je n'ai pas d'idées pour les repas de la semaine. Nous sommes [X] à la maison, dont [enfants, végétarien...]. J'ai 30 minutes maximum par repas en semaine. Propose un menu du lundi au vendredi, avec la liste de courses. »

« Explique-moi [un mot que vous croisez au travail sans avoir jamais osé demander], comme si je devais l'expliquer à quelqu'un demain. »

Regardez la réponse. Puis, et c'est là que tout se joue, répondez-lui. « La deuxième est bien mais trop longue, raccourcis de moitié. » « Enlève le poisson du jeudi, personne n'aime ça ici. » « Donne-moi un exemple en plus. »

Vous venez de comprendre la chose la plus importante : ce n'est pas un distributeur, c'est une conversation. Les gens déçus par l'IA sont ceux qui s'arrêtent à la première réponse. La première réponse, c'est un brouillon. La valeur arrive après.

Étape 4 : la méthode CLAIR, ou comment demander pour être bien servie

Entre « écris-moi un texte pour vendre mes services » et un texte que vous oserez vraiment envoyer, il y a un monde. Ce monde tient en cinq lettres : soyez CLAIR.

C comme Contexte. Qui vous êtes, la situation, ce qui s'est passé avant. Elle ne sait rien, dites-lui.

L comme L'objectif. Ce que vous voulez obtenir, précisément. « Un mail » n'est pas un objectif. « Un mail qui décroche un rendez-vous téléphonique de quinze minutes », oui.

A comme Attentes de forme. Longueur, ton, format. « 150 mots maximum, ton chaleureux mais pro, avec une question à la fin. »

I comme Itérer. Un mot un peu technique pour dire : faites des allers-retours. La première réponse est un brouillon. Corrigez, précisez, redemandez. Deux ou trois échanges suffisent en général pour passer de « pas mal » à « exactement ça ».

R comme Regard critique. Avant d'utiliser le résultat, le réflexe du chapitre 1 : « Qu'est-ce qui pourrait ne pas marcher dans ce texte ? » Et relisez toujours vous-même. C'est votre nom qui signe.

Regardez la différence sur un cas réel.

Sans méthode :

« Écris un message pour proposer mes services de gestion de réseaux sociaux. »

Résultat garanti : un texte générique et pompeux, qui sent l'IA à trois kilomètres, et que vous n'enverrez jamais.

Avec la méthode :

« Contexte : je suis assistante de direction depuis 12 ans, je lance à côté une activité de gestion de réseaux sociaux pour les commerces de ma région. J'écris à la gérante d'une boutique de décoration dont j'adore l'univers, mais dont la page Instagram dort depuis trois mois. Objectif : obtenir un rendez-vous téléphonique de 15 minutes pour lui montrer ce que je pourrais faire. Forme : un message privé Instagram, 120 mots maximum, ton chaleureux et sincère, sans vocabulaire de vendeuse, qui montre que j'ai vraiment regardé sa boutique. Termine par une question simple. Écris trois versions différentes. »

Résultat : trois messages personnalisés et humains. Vous prenez le meilleur, vous changez une phrase pour qu'il soit parfaitement vous, et vous l'envoyez. Cinq minutes en tout, pour un message que vous auriez mis une heure à écrire seule. Ou que vous n'auriez jamais envoyé.

Recopiez la structure CLAIR quelque part sous la main. C'est l'outil que vous utiliserez le plus dans ce livre.

Étape 5 : les cinq réflexes des utilisatrices avancées

Au-delà de la méthode CLAIR, cinq habitudes font toute la différence. Adoptez-les dès cette semaine.

1. **Donnez-lui un rôle.** Commencez vos demandes importantes par « Tu es experte en négociation salariale » ou « Tu es comptable, spécialiste des micro-entreprises ». Le rôle oriente toute la réponse, et l'écart de qualité se voit tout de suite.
2. **Une mission à la fois.** Pas de « aide-moi à lancer mon activité », c'est trop vague, la réponse survolera tout. Découpez : d'abord l'idée, puis l'offre, puis le message. Sur les gros sujets, ajoutez : « On avance étape par étape. Commence par la première et attends ma validation. »
3. **Faites-la poser des questions d'abord.** La phrase magique : « Avant de répondre, pose-moi toutes les questions dont tu as besoin pour me faire une réponse vraiment adaptée à ma situation. » Elle vous interroge, vous répondez, et la qualité change du tout au tout.
4. **Demandez des options, pas une réponse.** « Propose-moi trois approches différentes. » Vous comparez, vous choisissez, vous mélangez. Une seule réponse fait de vous une spectatrice. Trois options font de vous celle qui décide.

5. **Demandez-lui d'être dure avec vous.** « Note ce texte sur 10 et justifie chaque point enlevé. » « Quelles questions difficiles une cliente pourrait me poser sur cette offre ? » C'est là qu'elle passe de secrétaire à vraie partenaire d'entraînement.

Votre semaine d'entraînement (15 minutes par jour)

On devient à l'aise en pratiquant sur du vrai. Voici vos sept prochains jours, uniquement avec votre vie quotidienne. Votre projet attendra la partie 2.

- **Jour 1** : faites écrire (méthode CLAIR) un mail que vous repoussez depuis des jours. Peaufinez jusqu'à ce qu'il soit prêt. Envoyez-le.
- **Jour 2** : faites-vous expliquer un sujet resté flou pour vous. Une ligne de votre fiche de paie, un mot de votre métier, un point d'actualité. Posez trois questions de suite.
- **Jour 3** : confiez-lui une corvée d'organisation. Menus, préparation d'un week-end, démarche administrative à planifier.
- **Jour 4** : préparez une conversation importante qui approche. Demandez-lui de jouer votre interlocuteur, et entraînez-vous à répondre.
- **Jour 5** : donnez-lui un document à lire (rien de confidentiel) et demandez : « Résume, puis dis-moi ce qui mérite mon attention et les questions que je devrais poser. »
- **Jour 6** : utilisez le réflexe des questions d'abord sur une décision en cours. Un achat, un choix d'organisation, un arbitrage familial.
- **Jour 7** : faites-lui critiquer sévèrement un texte écrit par vous, puis demandez une version améliorée. Comparez. Gardez ce qui vous ressemble.

À retenir

- Choisissez un outil en cinq minutes et gardez-le. On progresse en répétant, pas en comparant.
- Réglez la confidentialité une fois pour toutes. Et jamais de données sensibles.
- La méthode CLAIR : Contexte, L'objectif, Attentes de forme, Itérer, Regard critique.
- C'est une conversation, pas un distributeur. La valeur arrive à partir du deuxième échange.
- Les cinq réflexes (un rôle, une mission à la fois, ses questions d'abord, plusieurs options, une critique exigeante) vous mettront en une semaine devant la plupart des utilisateurs.

Votre petite action (2 minutes)

À la fin de la semaine d'entraînement, notez les deux usages qui vous ont fait gagner le plus de temps ou de sérénité. Ils disent quelque chose de votre façon de travailler. Vous les retrouverez au test du chapitre 4.

Chapitre 3 : les trois seules façons de gagner de l'argent avec l'IA

Vous savez maintenant vous servir de l'outil. Reste la question qui vous a sans doute fait ouvrir ce livre : comment cet outil peut-il rapporter de l'argent, concrètement ?

Internet déborde de réponses. Des listes de « 50 méthodes secrètes », des vidéos qui promettent des revenus automatiques, des formations à 997 euros. Bonne nouvelle : vous n'avez besoin de rien de tout ça. Derrière le bruit, la réalité est simple et reposante. Toutes les façons honnêtes de gagner de l'argent avec l'IA, toutes sans exception, rentrent dans trois familles. Comprenez les trois, et plus personne ne pourra vous vendre du rêve.

La phrase qui vous protège

Avant la carte, une phrase à encadrer. Elle vous évitera 90 % des pièges :

L'IA ne gagne pas un centime toute seule. Elle rend plus rapide quelqu'un qui vend quelque chose à quelqu'un.

Relisez-la. Elle contient les trois ingrédients de tout revenu réel. Quelqu'un : vous, avec vos compétences. Quelque chose : un service ou un produit qui règle un problème. À quelqu'un : une cliente qui a ce problème et accepte de payer pour s'en débarrasser. L'IA accélère les trois, trouver l'idée, créer l'offre, joindre la cliente. Mais elle n'en remplace aucun. Dès qu'une promesse prétend en supprimer un, « sans rien vendre », « sans clients », « sans rien faire », c'est au mieux une illusion, au pire une arnaque. On y revient plus bas.

La carte : les trois familles

Famille A : vendre vos services, avec l'IA en accélérateur. Vous vendez votre savoir-faire et votre temps. Écrire, organiser, gérer des réseaux sociaux, aider les petites entreprises de votre coin. L'IA vous rend deux à trois fois plus rapide, et ça change tout : vous pouvez servir plus de clientes, ou livrer en quelques heures ce qui en demandait dix. Premier argent possible : deux à six semaines. C'est le chemin le plus court vers le premier virement, parce qu'il ne demande ni audience, ni budget, ni stock. Juste une offre claire et une personne qui en a besoin. C'est presque toujours par là qu'il faut commencer.

Famille B : vendre des produits numériques. Vous créez une fois, vous vendez plusieurs fois. Un guide pratique, des modèles de documents, une petite formation. La marge est excellente, et les ventes peuvent grandir sans que vos journées s'allongent. Le revers, qu'on oublie souvent de vous dire : un

produit ne se vend pas tout seul. Il faut des gens à qui le proposer. Une audience, des partenaires, ou de la publicité. Premier vrai revenu : deux à six mois. La famille B marche très bien en deuxième étape, quand la famille A vous a appris ce que vos clientes veulent vraiment.

Famille C : vivre d'une audience. Vous publiez régulièrement (vidéos, newsletter, réseaux) sur un sujet où l'IA vous aide. Le public qui s'installe se transforme ensuite en revenus : partenariats, recommandations d'outils contre commission, publicité, et vos propres produits. Premier revenu sérieux : six à dix-huit mois. C'est la famille la plus visible sur les réseaux, et la plus trompeuse. Pour une créatrice qui en vit, des milliers publient dans le vide. Rien ne vous l'interdit. Mais gardez-la comme un amplificateur, pas comme un plan principal.

Les trois familles en un coup d'œil

	A : Services	B : Produits	C : Audience
Premier argent	2 à 6 semaines	2 à 6 mois	6 à 18 mois
Mise de départ	Environ 0 €	0 à 100 €	Environ 0 €
Plafond	Limité par vos heures	Élevé	Très variable
Régularité	Bonne	Irrégulière au début	Très irrégulière
Risque	Faible	Moyen	Élevé
Idéal pour	Démarrer, encaisser	La deuxième étape	Amplifier, si affinité

Le parcours qui marche : A, puis B, puis peut-être C

L'erreur classique des débutantes, c'est de commencer par la fin. Ouvrir un compte Instagram, publier dans le vide pendant trois mois, se décourager. Le chemin qui marche va dans l'autre sens.

D'abord la famille A, parce qu'elle paie vite. Et surtout parce qu'elle vous met face à de vraies clientes. Chaque mission vous apprend ce que les gens veulent, comment ils en parlent, ce qu'ils acceptent de payer. C'est une école, et cette école vous paie.

Ensuite la famille B, en transformant ce que la famille A vous a appris. Le guide que vos clientes réclament, les modèles que vous avez créés pour elles, la méthode que vous répétez à chaque mission. Vous ne devinez plus ce qui se vendra. Vous le savez.

Et la famille C si le cœur vous en dit, pour amplifier le tout. Avec un atout que les débutantes n'ont pas : de vraies histoires de clientes à raconter.

Ce livre suit ce parcours. La partie 3 vous lance sur votre activité de famille A (avec quelques profils orientés B dès le départ, le test du chapitre 4 vous le dira). Les familles B et C viendront enrichir votre activité une fois les fondations posées.

Le vaccin anti-arnaque

Vous allez les croiser, dans vos publicités, dans vos fils d'actualité, peut-être dans votre entourage. Voici les promesses à fuir, et pourquoi.

« L'IA investit pour vous, revenus automatiques. » Si un programme battait la bourse à coup sûr, son inventeur ne vous le vendrait pas 47 euros. Au mieux du hasard qui coûte cher, au pire une escroquerie. Fuyez, et prévenez vos proches.

« Des revenus passifs en dormant, dès le premier mois. » Les revenus passifs existent, c'est la famille B. Mais ils sont le fruit d'un vrai travail en amont, et ils prennent des mois. « Passif » et « immédiat » dans la même phrase : quelqu'un veut votre carte bancaire.

« Vendez des images IA sur les banques d'images. » Un marché noyé sous les images au moment même où la demande s'écroulait. Quelques centimes par mois pour des heures de travail. Non.

« La boutique en ligne où l'IA fait tout. » Derrière l'automatisation promise : de la publicité à payer, une concurrence mondiale féroce, des marges minuscules. Des gens en vivent, oui. Des professionnels aguerris du commerce en ligne. Rarement des débutantes. Jamais « automatiquement ».

La règle d'or, à garder pour toujours : si on vous promet de l'argent sans client, sans compétence et sans travail, on ne vous vend pas une méthode. On vous vend un rêve. En général le sien. Dans l'histoire, la seule personne qui gagne de l'argent, c'est celle qui vend la promesse.

Ce vaccin a un effet secondaire agréable : la tranquillité. Vous n'aurez plus à vous demander « et si c'était vrai ? » devant chaque publicité. Vous avez la carte. Ce qui n'est pas dessus n'existe pas.

« Et remplacer mon salaire, alors ? »

Parlons-en franchement, parce que c'est peut-être votre objectif secret. Et qu'un objectif mal réglé est la première cause d'abandon.

Remplacer un salaire complet par une activité indépendante, c'est possible. Des milliers de femmes l'ont fait, et certaines lectrices de ce livre le feront. Mais c'est l'objectif de l'année deux ou trois. Pas du mois un. Viser 3 000 euros dès le deuxième mois, c'est se préparer une déception, et tout arrêter au moment précis où ça commençait à prendre.

Le bon objectif des trois premiers mois tient en deux choses. D'abord vos premiers 200 à 500 euros gagnés en indépendante. Pas pour la somme. Pour la preuve : des inconnues ont payé pour votre travail. Ensuite, une mécanique qui tourne : une offre claire, un moyen de trouver des clientes, un

début de bouche-à-oreille. Une fois la mécanique en place, augmenter devient une affaire de réglages. Plus d'heures, des tarifs plus hauts, des offres en plus.

Beaucoup choisissent d'ailleurs de rester en complément de salaire, longtemps. 300, 500, 800 euros par mois qui changent le quotidien, sans toucher à la sécurité. D'autres basculent à plein temps après un an ou deux, le jour où l'activité dépasse le salaire. Les deux sont des victoires. La seule défaite, c'est de ne jamais commencer. Ou de tout lâcher en courant après un chiffre irréaliste.

À retenir

- L'IA ne gagne pas d'argent toute seule. Elle rend plus rapide quelqu'un qui vend quelque chose à quelqu'un.
- Trois familles, pas une de plus. A les services, rapide et sûr. B les produits, plus lent mais qui grandit bien. C l'audience, long et incertain.
- Le parcours qui marche : A d'abord pour encaisser et apprendre, B ensuite, C en option.
- Sans client, sans compétence et sans travail : quelqu'un vous vend un rêve. Le sien.
- Objectif des trois premiers mois : 200 à 500 euros et une mécanique qui tourne. Le reste est une affaire de réglages, et de temps.

Votre petite action (3 minutes)

Sans réfléchir plus de trois minutes, notez : 1. La famille qui vous attire spontanément (A, B ou C), et pourquoi, en une phrase. 2. Le nombre d'heures par semaine que vous pouvez vraiment donner à ce projet. Comptez avec les imprévus, pas avec la motivation.

Ces deux réponses, avec vos notes des chapitres 1 et 2, sont tout ce qu'il faut pour la partie 2 : trouver, parmi toutes les activités possibles, la vôtre.

PARTIE 2 : CHOISIR

Chapitre 4 : le test pour trouver votre voie

Vous voilà au moment charnière du livre. La partie 1 vous a donné la carte : trois familles, dont une, les services, par laquelle presque tout le monde devrait commencer. Le chapitre suivant vous présente environ vingt-cinq activités concrètes, une par une.

Mais un catalogue sans boussole, c'est un piège. Vingt-cinq options, c'est vingt-cinq raisons d'hésiter. Et l'hésitation est la première ennemie de votre projet, bien avant la concurrence ou le manque de temps. Ce chapitre existe pour une seule raison : que vous n'ouvriez pas le catalogue en touriste, mais avec trois fiches à lire en premier. Les vôtres.

Ce que ce test mesure vraiment

La plupart des gens choisissent une activité en se demandant « qu'est-ce qui rapporte le plus ? ». Mauvaise question. Toutes les activités du catalogue peuvent rapporter correctement. La bonne question, c'est : « laquelle est-ce que je ferai encore dans quatre mois ? » Parce que ce qui décide de tout, ce n'est pas le potentiel de l'activité. C'est votre régularité. Une activité moyenne tenue douze semaines bat une activité parfaite abandonnée au bout de trois.

Le test regarde donc quatre choses de votre vraie vie, pas de vos rêves : votre temps, votre besoin d'argent, votre énergie sociale et votre matière première. Prenez de quoi noter, ressortez vos petites actions des chapitres 1 à 3, et répondez honnêtement. Dix minutes.

Question 1 : combien d'heures, vraiment ?

Combien d'heures par semaine pouvez-vous donner à ce projet, en comptant les imprévus ? Vous avez déjà noté ce chiffre au chapitre 3. C'est le moment de le regarder en face.

Moins de 5 heures : parfaitement jouable. Mais il vous faut des activités qui avancent par petites tranches de 45 minutes, avec des missions courtes.

Entre 5 et 10 heures : la zone idéale pour démarrer. Assez pour avancer chaque semaine, pas assez pour vous épuiser.

Plus de 10 heures : vous pourrez viser des missions plus grosses. À condition de ne pas confondre temps disponible et énergie disponible.

Question 2 : l'argent, vite ou pas ?

Soyez précise, parce que cette réponse choisit votre famille de départ.

Soit vous avez besoin de premiers revenus rapidement, dans les quatre à huit semaines, ne serait-ce que pour vous prouver que c'est réel. Dans ce cas : famille A, sans discussion.

Soit vous pouvez tenir plusieurs mois sans revenu de ce projet, et ce que vous cherchez d'abord, c'est construire quelque chose à vous. Là aussi, la famille A reste le meilleur point de départ dans la plupart des cas, pour apprendre le marché. Mais les profils très créatifs pourront regarder la famille B directement.

Question 3 : le contact, ça vous nourrit ou ça vous vide ?

Il n'y a pas de bonne réponse. Il y a la vôtre.

Soit le contact direct vous nourrit. Échanger, conseiller, accompagner : c'est là que vous êtes à votre place. Direction les activités en relation client forte : formation, accompagnement, services de proximité.

Soit vous préférez les coulisses. Une demande claire, du travail bien fait, des échanges cordiaux mais dosés. Direction les activités de production : écriture, visuels, administratif, boutiques en ligne.

Attention au piège classique : « je devrais être plus sociable ». Non. Une discrète brillante en coulisses gagnera toujours plus qu'une discrète qui s'épuise à jouer l'extravertie.

Question 4 : votre matière première

Ressortez vos notes du chapitre 1, vos trois compétences et les deux choses qu'on vous demande toujours. Et entourez votre famille dominante parmi ces cinq :

Les mots. Écrire, reformuler, expliquer, corriger. On vous a toujours dit que vous écriviez bien.

L'ordre. Organiser, planifier, suivre, ne rien laisser passer. Vous êtes celle qui tient les choses.

L'œil. Mettre en forme, harmoniser, rendre joli et clair. Vos documents sont toujours les plus soignés.

La transmission. Expliquer avec patience, former, rassurer. Avec vous, les gens comprennent.

Le commerce. Vendre, négocier, mettre en relation, sentir le client. Vous aimez conclure.

Plusieurs réponses ? Normal. Entourez la dominante, soulignez la deuxième.

Vos résultats : les six profils

Croisez vos réponses avec les profils ci-dessous. Le vôtre est celui qui vous fait dire « c'est moi, ça ». Faites confiance à cette réaction.

La Plume. Les mots sont votre matière, et souvent vous préférez les coulisses. L'IA fait de vous une machine à produire, parce que vous savez juger et corriger ce qu'elle propose. Et ça, c'est devenu rare. Vos fiches en premier : Rédactrice (A2), Assistante de boutique en ligne (A9), Rédactrice de l'ombre (A7).

L'Organisatrice. Votre force, c'est la fiabilité. Les indépendants débordés rêvent de vous, et l'IA triple votre capacité. Vos fiches en premier : Assistante virtuelle (A1), Assistante administrative de proximité (A6), Assistante de boutique en ligne (A9).

La Visuelle. Vous transformez le brouillon en présentable. Avec les outils d'aujourd'hui, plus besoin d'un diplôme de graphiste pour vendre de la belle mise en forme. Vos fiches en premier : Créatrice de supports visuels (A4), Réseaux sociaux (A3), puis la famille B pour les modèles à vendre.

La Pédagogue. Vous avez trois mois d'avance sur des millions de gens, et le don de rassurer. La partie 1 de ce livre, vous pourriez bientôt l'enseigner. Vos fiches en premier : Formatrice IA (A5), puis la famille B pour les petites formations.

La Connectrice. Votre valeur est dans la relation : comprendre un besoin, proposer juste, fidéliser. L'IA prépare, vous concluez. Vos fiches en premier : Réseaux sociaux (A3), Formatrice IA (A5), Assistante virtuelle (A1) version bras droit.

La Bâtisseuse. Vous pouvez attendre pour l'argent, et l'idée de construire un produit qui se vend plusieurs fois vous attire plus que tout. Chemin plus long, mais c'est le vôtre. Vos fiches en premier : la famille B. Avec un conseil appuyé : faites d'abord une ou deux missions de famille A, pour rencontrer votre marché avant de construire.

Faites passer le test par votre copilote

Envie d'une version plus fine ? Confiez le travail à votre IA avec ce message. C'est aussi un très bon exercice de la méthode CLAIR :

« Tu es conseillère en reconversion, bienveillante mais très honnête. Fais-moi passer un entretien pour trouver l'activité indépendante qui me correspond le mieux parmi des services aidés par l'IA (écriture, assistantat à distance, réseaux sociaux, création visuelle, formation, administratif, boutiques en ligne). Pose-moi tes questions UNE PAR UNE : mon temps disponible, mon besoin d'argent, mon rapport au contact client, mes compétences, mes expériences, mes contraintes familiales. Puis propose-moi les 3 pistes les plus adaptées, avec pour chacune : pourquoi elle me va, son principal risque pour quelqu'un comme moi, et la première action à faire cette semaine. Termine en me disant laquelle TU choisirais à ma place, et pourquoi. »

Comparez sa conclusion à votre résultat papier. S'ils se rejoignent, foncez. S'ils divergent, la différence elle-même vous apprend quelque chose. Creusez-la avec une question de plus.

À retenir

- La bonne question n'est pas « qu'est-ce qui rapporte le plus ? » mais « qu'est-ce que je ferai encore dans quatre mois ? ». La régularité bat le potentiel.

- Quatre choses décident : votre temps réel, votre besoin d'argent, votre énergie sociale, votre matière première. Répondez avec votre vie, pas vos résolutions.
- Votre profil vous donne trois fiches à lire en premier au chapitre 5. Le reste du catalogue, lisez-le en curieuse.
- En cas de doute entre deux pistes, prenez celle qui démarre le plus vite. On ajuste en marchant, jamais en réfléchissant.

Votre petite action (10 minutes)

Faites le test. Papier, IA, ou les deux. Notez votre profil, vos trois fiches, et votre réponse à la question 2 (l'argent, vite ou pas). Ces trois lignes sont votre billet d'entrée pour le chapitre 5.

Chapitre 5 : le catalogue, environ 25 activités passées au crible

Voici le cœur pratique de ce livre. Chaque activité viable, détaillée au même format, sans survol. La famille A d'abord, les services, votre porte d'entrée. Puis les familles B et C.

Un mot sur les chiffres avant de commencer, parce que je vous dois cette honnêteté. Les fourchettes de revenus qui suivent sont des ordres de grandeur, constatés pour une débutante francophone à temps partiel, en tarifs de départ. Elles varient selon votre région, votre offre et votre régularité. Et elles montent avec l'expérience, parfois nettement. Aucune n'est une promesse. Toutes sont atteignables.

Comment lire ce catalogue : vos trois fiches en premier, crayon en main. Puis le reste en curieuse. La bonne idée naît souvent du croisement de deux fiches.

FAMILLE A : VENDRE VOS SERVICES

Fiche A1 : assistante virtuelle

En une phrase. Vous prenez en charge, à distance, l'administratif et l'organisation d'indépendants et de petites entreprises débordés. Mails, agenda, factures, relances, dossiers à préparer.

Pour qui. Profil Organisatrice. Ça marche dès 5 heures par semaine. Parfait si votre poste actuel vous a appris à tenir la maison : assistanat, gestion, secrétariat, coordination. Mais pas seulement.

Revenus réalistes. 25 à 35 euros de l'heure au début, le plus souvent vendus en forfaits mensuels. Par exemple 10 heures par mois pour 250 à 350 euros. Deux ou trois clients réguliers, c'est 500 à 900 euros par mois.

Ce que l'IA change. Elle écrit les brouillons de mails et de courriers, prépare les relances, résume les échanges, met de l'ordre dans les dossiers. Une heure facturée contient maintenant deux heures de valeur. C'est ce qui vous permet d'être à la fois rentable et abordable.

Démarrer cette semaine. Définissez un forfait unique et clair, du genre « 10 heures par mois pour tenir votre administratif : mails, factures, relances, agenda ». Entraînez-vous avec la méthode CLAIR sur vos propres corvées. Préparez trois exemples avant-après, avec des données inventées.

Votre première cliente. Dans votre entourage : l'indépendant que tout le monde connaît, celui qui répond à ses mails à 23 heures. Puis les groupes d'entrepreneurs de votre région sur Facebook et

LinkedIn. Le message qui marche : proposer de reprendre UNE corvée précise, pas « de l'assistanat » en général.

Fiche A2 : rédactrice

En une phrase. Vous écrivez pour ceux qui n'ont ni le temps ni la plume. Publications LinkedIn de dirigeants, newsletters, articles, pages de sites.

Pour qui. Profil Plume. La compétence qui compte : savoir juger un texte. Repérer le creux, le faux, le plat. C'est ça que vos clients paient, parce que l'IA ne l'a pas.

Revenus réalistes. Au forfait plutôt qu'au mot. Un pack de 8 publications LinkedIn par mois : 150 à 400 euros selon le client. Une newsletter mensuelle : 100 à 250 euros. Trois clients réguliers, c'est 450 à 900 euros par mois.

Ce que l'IA change. Elle produit les premiers jets, propose des angles, décline un contenu en plusieurs formats. Vous passez de la page blanche au rôle de cheffe : votre heure produit trois fois plus, et votre valeur se déplace vers ce qui compte, la justesse du ton et des idées.

Démarrer cette semaine. Choisissez UN format. Les publications LinkedIn pour dirigeants de petites boîtes sont une très bonne porte d'entrée. Créez trois exemples inventés mais bluffants, dans trois secteurs différents. Ce sont vos exemples de travail. Pas besoin de vrais clients pour qu'ils existent.

Votre première cliente. Les dirigeants de votre secteur d'origine. Vous parlez leur langue, c'est un avantage énorme. Repérez ceux dont le profil LinkedIn dort depuis six mois. Message CLAIR personnalisé, et proposez une publication d'essai.

Fiche A3 : gestionnaire de réseaux sociaux

En une phrase. Vous faites vivre l'Instagram ou le Facebook d'un commerce, d'un artisan ou d'une petite marque. Calendrier, publications, visuels, réponses aux messages.

Pour qui. Profils Connectrice ou Visuelle. Il faut aimer le rythme régulier, publier chaque semaine sans exception. Et comprendre qu'on vend de la constance plus que de la créativité.

Revenus réalistes. Un forfait mensuel par client : 250 à 500 euros au début, pour deux à trois publications par semaine plus les réponses. Deux clients bien servis, c'est 500 à 1 000 euros par mois. Et le temps de travail fond à mesure que vos modèles s'installent.

Ce que l'IA change. Un mois de calendrier de publications en une heure. Les textes déclinés dans le ton de la marque. Les réponses aux questions habituelles prêtes d'avance. Avec Canva pour les visuels, la semaine d'un client tient en une heure et demie.

Démarrer cette semaine. Choisissez un type de commerce que vous aimez vraiment : fleuriste, institut, boulangerie, boutique déco. Construisez un mois type inventé, complet, 12 publications avec les visuels. C'est votre démonstration.

Votre première cliente. Un commerce où vous êtes déjà cliente et dont la page est à l'abandon. La cliente fidèle qui propose son aide, ça ouvre les portes. Offrez un mois d'essai à petit prix contre un témoignage.

Fiche A4 : créatrice de supports visuels

En une phrase. Vous transformez les contenus bruts des professionnels en documents propres et élégants. Présentations, plaquettes, menus, affichettes, CV, visuels pour les réseaux. Avec Canva et l'IA.

Pour qui. Profil Visuelle. Pas besoin d'un diplôme de graphiste. Il faut l'œil : la hiérarchie, l'harmonie, la lisibilité. Vos clients veulent du « propre et pro », pas du luxe.

Revenus réalistes. À la pièce. Une présentation : 80 à 200 euros. Une petite identité visuelle (logo simple, couleurs, modèles) : 150 à 400 euros. Un menu ou une plaquette : 50 à 150 euros. Au mois, très variable : 300 à 800 euros avec un flux régulier de commandes.

Ce que l'IA change. Elle organise le contenu avant la mise en forme, et c'est le vrai secret d'une belle présentation. Elle écrit les textes courts, propose des idées de visuels. Canva fait le reste. Votre œil final fait la différence entre « généré » et « professionnel ».

Démarrer cette semaine. Créez trois pièces inventées pour montrer votre travail. Par exemple la présentation d'un cabinet de conseil, le menu d'un restaurant, les visuels Instagram d'une créatrice. En version avant-après si possible : rien ne vend mieux.

Votre première cliente. Les indépendants qui présentent : coachs, consultants, formateurs. Et les restaurateurs. L'angle gagnant est précis : « votre présentation client refaite en 48 heures ». Pas « du graphisme ».

Fiche A5 : formatrice IA pour les débutants

En une phrase. Vous apprenez aux indépendants, aux petites entreprises, aux associations et aux particuliers à se servir de l'IA dans leur quotidien. Exactement ce que la partie 1 de ce livre vous a appris.

Pour qui. Profil Pédagogue. La question qui fâche, « suis-je légitime ? », a une réponse simple. Vous n'enseignez pas l'informatique. Vous enseignez un usage que vous pratiquez et que votre élève ne pratique pas. Trois mois d'avance suffisent. Vous les avez.

Revenus réalistes. Un atelier découverte de 2 heures en petit groupe : 30 à 50 euros par personne. Une séance individuelle : 50 à 80 euros. Une demi-journée pour une petite entreprise ou une association : 150 à 400 euros au début. Quatre ateliers par mois, c'est 400 à 800 euros.

Ce que l'IA change. Elle est à la fois le sujet du cours et votre assistante. Elle construit vos supports, vos exercices, vos cas pratiques adaptés à chaque public : commerçants, seniors, artisans. Préparer un atelier prend deux heures, pas deux semaines.

Démarrer cette semaine. Montez UN atelier signature de 2 heures, par exemple « L'IA pour gagner du temps au quotidien : 5 usages concrets », avec des exercices où les gens manipulent. Testez-le gratuitement sur deux proches, et notez leurs retours.

Votre première cliente. Les structures qui cherchent des intervenants sans savoir où les trouver : médiathèques, associations de commerçants, clubs d'entrepreneurs, mairies avec leurs ateliers numériques. Un mail CLAIR et votre programme en une page suffisent souvent.

Fiche A6 : assistante administrative de proximité

En une phrase. Vous aidez les particuliers et les tout petits professionnels de votre ville à venir à bout de leur paperasse. Courriers officiels, CV et lettres de motivation, démarches en ligne, dossiers à monter.

Pour qui. Profils Organisatrice ou Connectrice. Idéal si vous aimez le contact de proximité et l'idée de rendre un service visible, utile, humain. Ça marche très bien en zone rurale, où l'offre n'existe presque pas.

Revenus réalistes. À la prestation. Un CV complet : 30 à 60 euros. Un courrier officiel : 15 à 30 euros. L'accompagnement d'une démarche en ligne : 25 à 50 euros. Une petite permanence mensuelle pour un artisan (courriers, devis, classement) : 100 à 200 euros par mois. En cumulant : 200 à 600 euros par mois selon votre visibilité locale.

Ce que l'IA change. Elle écrit des courriers impeccables au ton juste, administration, contestation, résiliation. Elle transforme un parcours professionnel en CV solide. Elle vous explique les procédures en langage simple. Vous, vous apportez l'écoute, la discrétion et la présence. Ce qu'un site web ne remplacera jamais.

Démarrer cette semaine. Fixez trois prestations à prix fixe et une page simple qui les présente. Refaites gratuitement le CV d'un proche, pour roder votre façon de faire et décrocher votre premier témoignage.

Votre première cliente. Le bouche-à-oreille local est roi. Affichettes chez les commerçants, groupes Facebook de votre commune, mairies et maisons France Services parfois débordées qui réorientent volontiers. Et dites clairement ce que vous ne faites pas : pas de conseil juridique, pas de conseil fiscal. La clarté rassure.

Fiche A7 : rédactrice de l'ombre pour petites entreprises

En une phrase. Vous écrivez tout ce qui s'entasse à l'intérieur des petites boîtes et que personne n'a le temps de rédiger. Comptes rendus de réunion, façons de faire à documenter, réponses types, newsletters internes, offres d'emploi.

Pour qui. Profils Plume ou Organisatrice, plutôt côté coulisses. Parfait si votre poste actuel vous a déjà montré la vie interne des entreprises. Vous savez ce qui se joue dans un compte rendu bien fait.

Revenus réalistes. Un compte rendu de réunion, à partir d'un enregistrement ou de notes : 40 à 80 euros. Une façon de faire documentée noir sur blanc : 80 à 200 euros. Une newsletter interne mensuelle : 100 à 200 euros par mois. Une offre d'emploi qui donne envie : 60 à 120 euros. Deux clients réguliers, c'est 300 à 600 euros par mois.

Ce que l'IA change. Elle transforme un enregistrement décousu en compte rendu structuré, un savoir-faire oral en document clair, trois idées en newsletter. Vous cadrez, vous vérifiez, vous ajustez au vocabulaire de la maison. Des heures de pensum deviennent des forfaits rentables.

Démarrer cette semaine. Créez deux exemples types : un compte rendu avant-après, un mode d'emploi modèle. Et une offre du genre « vos documents internes, enfin à jour ». Entraînez-vous sur une réunion inventée par votre IA.

Votre première cliente. Les entreprises de 3 à 15 personnes de votre secteur d'origine. Assez grandes pour crouler sous le non-écrit, trop petites pour un poste dédié. L'angle : « vos façons de faire sont dans la tête de deux personnes ? Je les mets noir sur blanc. »

Fiche A8 : spécialiste des annonces qui vendent

En une phrase. Vous écrivez et améliorez les annonces des professionnels qui vivent de leurs annonces. Agences immobilières, vendeurs de véhicules, boutiques Etsy, revendeurs. Titres, descriptions, mots-clés, photos dans le bon ordre.

Pour qui. Profil Plume avec le goût du commerce, ou Connectrice qui aime les résultats qui se voient. Le plaisir ici est concret : une annonce retravaillée qui part en trois jours au lieu de trois semaines.

Revenus réalistes. Une annonce immobilière complète : 20 à 40 euros. Un pack de 10 fiches pour une boutique Etsy ou un revendeur : 80 à 150 euros. Un forfait mensuel pour une agence, toutes les nouvelles entrées : 150 à 300 euros par mois. Le volume monte vite : 200 à 700 euros par mois.

Ce que l'IA change. Elle connaît les codes qui font cliquer. La structure des titres, les mots que les gens tapent, les descriptions où l'acheteur se projette. Et elle adapte chaque annonce à plusieurs plateformes en quelques minutes. Vous, vous vérifiez que tout est vrai. Jamais d'embellissement mensonger : votre réputation, c'est votre fonds de commerce.

Démarrer cette semaine. Prenez cinq annonces réelles et tristes de votre région, réécrivez-les en exercice, sans les publier. Montez un avant-après frappant. C'est votre meilleur argument.

Votre première cliente. La petite agence immobilière indépendante, celle dont les annonces font trois lignes. Envoyez-lui UNE de ses annonces réécrite gratuitement, avec un message court. La démonstration vaut tous les discours.

Fiche A9 : assistante de boutique en ligne

En une phrase. Vous êtes le bras droit invisible des petites boutiques en ligne. Fiches produits, réponses aux clients, avis à traiter, descriptions traduites, préparation des temps forts, soldes, fêtes, nouveautés.

Pour qui. Profils Organisatrice ou Plume, côté coulisses assumé. Le commerce en ligne francophone regorge de boutiques tenues par une seule personne qui fait tout. C'est votre cliente idéale.

Revenus réalistes. Les fiches produits : 8 à 15 euros pièce, vendues en pack. La gestion des mails clients : forfait de 200 à 400 euros par mois selon le volume. Les fiches adaptées en plusieurs langues : à la mission. Deux boutiques régulières, c'est 400 à 800 euros par mois.

Ce que l'IA change. Des fiches produits complètes, titre, description, caractéristiques, questions fréquentes, produites en série avec un ton constant. Des réponses aux clients courtoises et efficaces, préparées en brouillon. Des traductions correctes, que vous faites relire au besoin. Le travail répétitif fond, la qualité monte.

Démarrer cette semaine. Choisissez un univers que vous comprenez : mode, maison, enfants, artisanat. Créez cinq fiches produits inventées mais parfaites. Et deux forfaits : un pour le lancement d'une boutique, un pour le suivi au fil de l'eau.

Votre première cliente. Les créatrices sur Etsy et les petites boutiques françaises. Cherchez celles dont les produits sont beaux mais les fiches pauvres. Elles sont sur Instagram. Un message sincère de cliente potentielle qui propose son aide marche étonnamment bien.

Fiche A10 : installatrice de petites automatisations

En une phrase. Vous installez, pour les indépendants, les petits rouages qui leur rendent des heures. Réponses automatiques intelligentes, formulaires reliés à un tableau de suivi, rappels de rendez-vous, documents qui se remplissent seuls.

Pour qui. Profil Organisatrice avec l'envie d'apprendre un outil nouveau. Soyons honnête : c'est la fiche la plus « technique » de la famille A. Aucune programmation, mais quelques week-ends pour

apprendre un outil comme Make ou Zapier. En échange : très peu de concurrence, et des clients ébahis.

Revenus réalistes. Une automatisation simple installée : 150 à 400 euros le projet. Un « pack tranquillité », trois automatisations essentielles pour un indépendant : 400 à 700 euros. Un petit suivi : 50 à 100 euros par mois. Un projet par semaine, c'est 600 à 1 200 euros par mois.

Ce que l'IA change. Deux fois plutôt qu'une. D'abord c'est votre professeure particulière pour apprendre l'outil : posez-lui chaque question, demandez le pas à pas. Ensuite c'est votre assistante pour construire chaque automatisation et écrire les messages automatiques du client. Vous n'êtes jamais seule face à la technique.

Démarrer cette semaine. Automatisez UNE chose dans votre propre vie. Par exemple un formulaire de contact qui remplit un tableau et envoie un accusé de réception chaleureux. Vous venez de créer votre démonstration, et de vérifier que ça vous plaît.

Votre première cliente. Tout indépendant qui répète les mêmes gestes. La praticienne qui reconfirme chaque rendez-vous à la main, le coach qui renvoie le même mail d'accueil. L'accroche qui marche : « combien d'heures par semaine passez-vous à faire ça ? Je peux vous les rendre. »

Et si aucune fiche ne vous a fait dire « c'est moi » ?

D'abord, respirez. C'est plus rare qu'on ne le croit, et ça se soigne. Trois pistes. Un : relisez vos deux fiches « presque ». La bonne activité est souvent un croisement, écriture et boutiques en ligne, visuels et formation. Deux : repassez le test avec le message du chapitre 4, en racontant davantage votre parcours. L'IA repère parfois une évidence que le papier a ratée. Trois : lisez la suite. Les familles B et C arrivent, et certaines Bâtisseuses ne se reconnaissent que là.

FAMILLE B : VENDRE DES PRODUITS NUMÉRIQUES

Petit rappel avant les fiches. Ici, vous créez une fois et vous vendez plusieurs fois. C'est le grand charme de cette famille, et son piège : un produit ne se vend pas tout seul. Il lui faut des yeux. Une audience, une place de marché qui amène du passage, des partenaires, ou de la publicité. C'est pour ça que la famille B brille en deuxième étape, quand vos missions de famille A vous ont appris ce que les gens veulent vraiment. Les Bâtisseuses pressées peuvent commencer ici quand même, en choisissant les fiches qui profitent du passage d'une place de marché comme Etsy.

Sur les chiffres, même honnêteté que plus haut. Les premiers mois d'un produit sont presque toujours modestes. Quelques ventes, parfois zéro. Puis ça monte, si le produit est bon et si vous continuez à le montrer. Les fourchettes ci-dessous décrivent un produit qui a trouvé son rythme, pas votre première semaine.

Fiche B1 : le guide pratique

En une phrase. Vous écrivez un guide qui règle un problème précis, et vous le vendez en version numérique. Exactement ce que vous tenez entre les mains.

Pour qui. Profils Plume ou Pédagogue, et toute personne qui a déjà des clientes de famille A qui posent toujours les mêmes questions. C'est le signe qu'un guide attend d'être écrit.

Revenus réalistes. Prix de vente courant : 15 à 40 euros. Sans audience, les débuts sont lents : 0 à 100 euros par mois, soyons franches. Avec une petite audience, des partenaires ou de la publicité bien réglée : 300 à 1 000 euros par mois. La marge est presque totale, c'est ça la beauté de la chose.

Ce que l'IA change. Elle structure le plan, écrit les premiers jets, reformule, met en page. Vous apportez ce qu'elle n'a pas : votre expérience vécue, vos exemples vrais, votre regard. Un guide 100 % machine se sent tout de suite, et se rembourse aussi vite.

Démarrer cette semaine. Choisissez un problème précis que vous savez régler, et écrivez la table des matières avec votre IA. Règle d'or : un bon guide promet un résultat concret (« organiser ses papiers en un week-end »), pas un thème vague (« mieux s'organiser »).

Vos premières ventes. Vos clientes de famille A d'abord, elles vous connaissent déjà. Puis les groupes où votre problème se discute, en aidant d'abord, en vendant ensuite. Et gardez un extrait gratuit à offrir contre une adresse mail : c'est comme ça qu'on construit sa liste.

Fiche B2 : les modèles de documents prêts à l'emploi

En une phrase. Vous créez des documents que les gens remplissent au lieu de les créer : tableaux de suivi, courriers types, trames de devis, dossiers de candidature, kits d'organisation.

Pour qui. Profil Organisatrice avant tout. Si vos collègues vous ont déjà demandé « tu me passes ton tableau ? », vous avez votre réponse.

Revenus réalistes. 5 à 30 euros le pack. Sur une place de marché comme Etsy, qui amène ses propres visiteurs : 50 à 300 euros par mois une fois la boutique installée, davantage pour les boutiques qui trouvent leur filon. C'est progressif, et ça se cumule très bien avec une activité de famille A.

Ce que l'IA change. Elle rédige les textes des modèles, décline un même document en plusieurs versions, écrit vos fiches produits et vos mots-clés. Vous concevez, elle exécute, vous peaufinez.

Démarrer cette semaine. Prenez le document que vous refaites sans cesse au travail, et transformez-le en modèle propre que n'importe qui pourrait utiliser. Puis regardez sur Etsy ce qui se vend déjà dans votre univers : les boutiques qui marchent sont votre étude de marché gratuite.

Vos premières ventes. Etsy pour le passage, votre entourage professionnel pour les premiers retours. Astuce honnête : les avis comptent énormément. Offrez le pack à cinq personnes de confiance contre un avis sincère.

Fiche B3 : les kits visuels à personnaliser

En une phrase. Vous créez des modèles Canva que d'autres personnalisent : visuels Instagram, menus de restaurant, présentations, faire-parts, affichettes de boutique.

Pour qui. Profil Visuelle. C'est la version « produit » de la fiche A4 : au lieu de créer pour un client, vous créez pour cent clients que vous ne rencontrerez jamais.

Revenus réalistes. 5 à 25 euros le kit, souvent vendus en lots. Comme pour les modèles de documents : 50 à 400 euros par mois une fois la boutique lancée et garnie. Le catalogue fait la différence : dix kits vendent mieux que deux, trente mieux que dix.

Ce que l'IA change. Elle propose les textes d'exemple des modèles, les palettes, les idées de déclinaisons, et elle écrit vos fiches produits. La création reste votre œil. C'est lui qu'on achète.

Démarrer cette semaine. Créez votre premier kit sur un univers que vous connaissez en tant que cliente : institut de beauté, food truck, professeure de yoga. Dix visuels cohérents, un mode d'emploi d'une page, et c'est un produit.

Vos premières ventes. Etsy encore, et Instagram où vous montrez vos kits en situation. Les commerçantes qui suivent des comptes de conseils sont exactement vos acheteuses.

Fiche B4 : la petite formation en ligne

En une phrase. Vous enregistrez ce que vous savez faire, en une série de courtes vidéos ou de leçons par mail, et vous le vendez comme un cours.

Pour qui. Profil Pédagogue, idéalement après quelques ateliers de famille A (fiche A5). Vos élèves en direct vous auront appris où les gens bloquent. C'est ça, le vrai programme de votre formation.

Revenus réalistes. 47 à 150 euros pour une petite formation sérieuse. Les ventes marchent par vagues, au moment où vous en parlez : 200 à 800 euros par lancement avec une petite communauté. Entre les vagues, c'est calme. C'est normal, pas inquiétant.

Ce que l'IA change. Elle transforme votre atelier en plan de cours, écrit les scripts de vos vidéos, crée les fiches d'exercices, prépare vos mails de vente. Le temps de fabrication fond. La caméra, elle, reste votre affaire, et un téléphone posé sur une pile de livres suffit largement.

Démarrer cette semaine. Ne construisez rien. Vendez d'abord : proposez la formation en avant-première à petit prix à dix personnes, et ne l'enregistrez que si cinq disent oui. C'est la méthode anti-flop, et on la retrouvera au chapitre 6.

Vos premières ventes. Vos anciennes élèves d'ateliers, vos clientes, votre liste de mails si vous avez commencé à la construire. La formation en ligne est le produit qui récompense le mieux le travail déjà fait en famille A.

Fiche B5 : les packs de prompts par métier

En une phrase. Vous vendez des collections de messages prêts à copier dans une IA, pensés pour un métier précis : agent immobilier, restauratrice, coach, assistante maternelle.

Pour qui. Toute personne qui a bien pratiqué la partie 1 de ce livre et qui connaît un métier de l'intérieur. La valeur ne vient pas des prompts en général, elle vient du métier en particulier.

Revenus réalistes. 9 à 29 euros le pack. Petit produit, petit prix, ventes modestes : 30 à 150 euros par mois seul. Son vrai talent, c'est d'accompagner : en bonus d'un guide, en cadeau contre une adresse mail, en produit d'appel d'une formation.

Ce que l'IA change. Tout, puisque c'est le sujet. Vous testez chaque message en conditions réelles, vous gardez ceux qui donnent des résultats remarquables, vous les commentez avec vos mots. Un pack testé et annoté vaut dix packs copiés-collés.

Démarrer cette semaine. Choisissez le métier que vous connaissez le mieux, listez ses dix corvées d'écriture, et créez le message parfait pour chacune. Testez tout. Jetez ce qui est moyen.

Vos premières ventes. Les groupes professionnels du métier visé, avec la manière : partagez-en deux gratuitement, ceux qui les essaient reviennent pour le pack.

Fiche B6 : les planificateurs et carnets numériques

En une phrase. Vous créez des outils d'organisation à imprimer ou à remplir sur tablette : agendas, budgets familiaux, suivis de repas, carnets de grossesse, organisateurs de déménagement.

Pour qui. Profils Organisatrice et Visuelle réunis. C'est le produit préféré des femmes qui ont toujours tenu la maison ET le bureau, parce qu'elles vendent ce qu'elles font déjà.

Revenus réalistes. 5 à 20 euros pièce. Marché immense et concurrence immense, honnêtement. Ce qui perce : les niches précises. Pas « un agenda », mais « l'organiseur de la maman solo », « le carnet de la reprise après un burn-out ». 50 à 300 euros par mois pour une boutique installée, davantage pour celles qui touchent juste.

Ce que l'IA change. Elle trouve les rubriques auxquelles vous n'auriez pas pensé, écrit les textes d'accompagnement, les citations, les modes d'emploi, et vos fiches produits. La mise en page se fait dans Canva.

Démarrer cette semaine. Créez le carnet dont VOUS auriez eu besoin il y a deux ans. La précision de votre vécu, c'est exactement ce qui le rendra différent des mille autres.

Vos premières ventes. Etsy, et les communautés en ligne où vit votre niche : groupes de futures mamans, d'aidantes, de femmes en reconversion. Aidez d'abord. Vendez ensuite. Toujours dans cet ordre.

Fiche B7 : transformer votre service en produit

En une phrase. Vous prenez ce que vous faites en famille A, mission après mission, et vous en faites une version que les gens achètent sans vous.

Pour qui. Toutes celles qui auront quelques mois de famille A derrière elles. C'est moins une fiche qu'une passerelle : le moment où votre expérience devient un objet qui se vend.

Revenus réalistes. Ceux de la fiche correspondante (B1 à B6), avec un avantage déloyal : vous savez déjà ce que vos clientes demandent, avec quels mots, et à quel prix. Vos produits partent mieux parce qu'ils répondent à de vraies questions entendues cent fois.

Ce que l'IA change. Elle vous aide à repérer le produit caché dans vos missions. Donnez-lui vos échanges clients anonymisés et demandez : « Quelles questions reviennent ? Quel guide, quel modèle, quelle petite formation mes clientes achèteraient-elles ? » La réponse est souvent évidente. Il fallait juste la voir.

Démarrer. Pas cette semaine, celle-ci est pour la famille A. Mais notez l'idée quelque part : dans trois mois, relisez cette fiche. Elle sera mûre.

Vos premières ventes. Vos clientes existantes, qui achètent les yeux fermés parce qu'elles vous connaissent. C'est toute la différence avec celles qui commencent par le produit : vous, vous aurez déjà la confiance.

FAMILLE C : VIVRE D'UNE AUDIENCE

Dernière famille, et rappel de la partie 1 : c'est la plus visible sur les réseaux et la plus lente en vrai. Comptez six à dix-huit mois avant des revenus sérieux, avec une régularité de métronome. Pour une créatrice qui en vit, des milliers publient dans le vide. Alors pourquoi ces fiches ? Parce que bien choisie et bien cadrée, la famille C est un formidable amplificateur des deux autres. Et parce que certaines d'entre vous en ont vraiment envie. Dans ce cas, autant le faire avec les yeux ouverts.

Fiche C1 : le compte spécialisé qui aide

En une phrase. Vous publiez régulièrement des contenus courts et utiles sur UNE spécialité, sur TikTok, Instagram ou YouTube, avec ou sans votre visage.

Pour qui. Les profils Pédagogue et Plume qui aiment le jeu du contenu, et qui peuvent tenir un rythme de deux à trois publications par semaine pendant des mois. Sans exception, même les semaines où personne ne regarde.

Revenus réalistes. Zéro pendant des mois, disons-le. Puis, quand l'audience s'installe : partenariats avec des marques (50 à 500 euros la publication selon la taille du compte), recommandations d'outils contre commission, et surtout la vente de vos propres produits de famille B. C'est là que tout se rejoint.

Ce que l'IA change. Elle trouve les idées, écrit les scripts, décline un contenu en dix, prépare les descriptions. Le temps de production est divisé par trois. Ce qu'elle ne change pas : il faut publier, encore, longtemps, même quand les vues sont décevantes.

Démarrer cette semaine. Seulement si votre activité principale tourne déjà. Choisissez alors une spécialité étroite (« l'organisation pour les mamans solos débordées », pas « le bien-être ») et écrivez vos vingt premières idées de contenus avec votre IA. Vingt. Si l'exercice vous amuse, c'est bon signe. S'il vous épuise déjà, écoutez ce signal.

Vos premiers revenus. Ils viendront de vos produits à vous bien avant des marques. Un compte de 2 000 abonnées fidèles qui vend son guide gagne plus qu'un compte de 20 000 curieuses qui attend un partenariat.

Fiche C2 : la newsletter de spécialiste

En une phrase. Vous envoyez chaque semaine ou chaque quinzaine un mail utile sur votre spécialité, à des gens qui ont donné leur adresse pour le recevoir.

Pour qui. Profil Plume par excellence. La newsletter est le média le plus tranquille : pas d'algorithme qui décide qui vous voit, pas de danse sur la musique du moment. Juste vous, vos lectrices, et le rendez-vous.

Revenus réalistes. La liste elle-même ne rapporte rien. Ce qu'elle rapporte, c'est ce qu'on lui propose : vos produits de famille B, vos services de famille A, des recommandations d'outils contre commission, et plus tard des sponsors (comptez 100 à 300 euros l'encart quand la liste dépasse le millier de lectrices engagées). Une liste de 500 personnes qui vous lisent vraiment est un petit fonds de commerce.

Ce que l'IA change. Elle transforme votre idée de la semaine en texte propre, propose des objets de mail qui donnent envie d'ouvrir, recycle vos anciennes éditions. Une newsletter tenue en une heure par semaine, c'est devenu réaliste.

Démarrer cette semaine. Si vous avez déjà un extrait gratuit à offrir (fiche B1), tout est prêt : chaque personne qui le télécharge rejoint la liste. Sinon, commencez petit : une page d'inscription simple et la promesse claire de ce qu'on recevra.

Vos premiers revenus. Le jour où vous proposez quelque chose à votre liste. Beaucoup de créatrices attendent « d'avoir assez d'abonnées » pour vendre. Erreur. On peut proposer dès la centième, avec respect et sans matraquage.

Fiche C3 : recommander des outils contre commission

En une phrase. Vous recommandez les outils que vous utilisez vraiment, avec un lien spécial. Quand quelqu'un s'abonne en passant par vous, vous touchez une commission, souvent chaque mois tant qu'il reste client.

Pour qui. Toute personne qui a déjà une audience, même petite, ou des clientes qui demandent conseil. Ce n'est pas une activité en soi, c'est un revenu d'appoint qui se greffe sur les autres.

Revenus réalistes. Les logiciels reversent souvent 20 à 30 % de l'abonnement, tous les mois. Dix personnes abonnées à un outil à 30 euros par mois grâce à vous, c'est 60 à 90 euros par mois qui tombent. Ça se construit lentement et ça se cumule bien. Seule, cette fiche ne vous fera pas vivre. En complément, elle paie de vraies factures.

Ce que l'IA change. Elle écrit vos comparatifs, vos modes d'emploi, vos retours d'expérience. Attention : elle peut écrire un avis sur un outil que vous n'avez jamais ouvert. Ne le faites jamais. La confiance de votre audience vaut infiniment plus qu'une commission.

Démarrer cette semaine. Listez les trois outils que vous utilisez et aimez vraiment. Cherchez « [nom de l'outil] affiliation » ou « programme partenaire ». Inscrivez-vous, c'est gratuit. Et n'en parlez que quand c'est utile, jamais pour placer un lien.

Vos premiers revenus. Vos élèves d'ateliers (fiche A5) et vos lectrices de newsletter sont les publics les plus naturels : ils vous demandent déjà « tu utilises quoi, toi ? ». Répondez honnêtement, avec votre lien. C'est tout.

Fiche C4 : le blog qui répond aux questions

En une phrase. Vous écrivez des articles qui répondent aux questions que les gens tapent dans les moteurs de recherche, et le trafic qui arrive découvre vos produits et services.

Pour qui. Profil Plume patiente. Très patiente. Le blog est un placement à long terme : les articles travaillent pendant des années, mais les six premiers mois ressemblent à un désert.

Revenus réalistes. Indirects surtout : le blog amène des lectrices, qui rejoignent la newsletter, qui achètent vos produits. Franchise oblige : la recherche en ligne change vite, les réponses des IA captent une partie des visites qui allaient aux blogs. Le blog reste utile, mais comme un pilier parmi d'autres, plus comme la stratégie unique d'il y a dix ans.

Ce que l'IA change. Elle aide à trouver les questions que les gens posent, structure les articles, écrit les premiers jets. Mais les moteurs de recherche reconnaissent et déclassent le contenu machine sans valeur ajoutée. Votre expérience, vos exemples, vos captures d'écran : c'est ça qui fait vivre un article.

Démarrer cette semaine. Seulement en complément d'une activité qui tourne. Écrivez alors l'article que vos clientes vous font répéter en rendez-vous. Un vrai besoin, une vraie réponse, votre vraie voix.

Vos premiers revenus. Via votre newsletter et vos produits, dans plusieurs mois. Le blog est un investissement pour l'année prochaine, jamais pour le mois prochain.

Fiche C5 : raconter votre aventure

En une phrase. Vous documentez, semaine après semaine, le lancement de votre propre activité : ce que vous tentez, ce qui marche, ce qui rate, les chiffres si vous osez.

Pour qui. Celles qui lancent leur famille A et qui aiment partager. C'est la fiche C la plus naturelle pour une lectrice de ce livre : le contenu, c'est votre vie en ce moment même.

Revenus réalistes. Les mêmes que C1 et C2, avec un raccourci : ce format crée une proximité que les contenus « conseils » n'atteignent jamais. Les personnes qui suivent votre aventure deviennent vos clientes, vos premières acheteuses de guide, vos meilleures ambassadrices.

Ce que l'IA change. Elle transforme votre semaine en récit : donnez-lui vos notes en vrac le vendredi, elle en tire la publication du lundi. Votre seule mission : être vraie. Les chiffres ronds inventés et les réussites gonflées se repèrent, et se paient très cher.

Démarrer cette semaine. Si l'idée vous plaît, commencez en même temps que votre lancement de la partie 3 : « Semaine 1 : je me lance ». Pas besoin d'attendre d'avoir réussi. C'est justement le chemin qui intéresse.

Vos premiers revenus. Vos premières clientes viendront souvent de là, sans prospection : les gens aiment acheter à quelqu'un qu'ils ont vu construire. Et le jour où vous sortez un produit, votre public est déjà là.

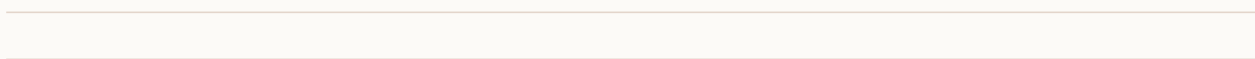
Le mot de la fin du catalogue

Vingt-deux fiches, trois familles, et une seule vraie consigne : choisissez-en UNE. Pas trois. Une.

Votre choix n'est pas un mariage. C'est un point de départ, et il s'ajustera en marchant. La rédactrice découvre qu'elle adore les boutiques en ligne. La formatrice sort un guide. L'assistante virtuelle finit par raconter son aventure. Toutes ont commencé par une seule porte.

Alors relisez vos trois fiches prioritaires, écoutez ce que votre ventre en dit, et tranchez. Si deux fiches restent au coude à coude, prenez celle qui parle au plus de gens autour de chez vous. Et si vraiment rien ne se décide, fiche A1 ou A5 selon votre profil : ce sont les deux portes les plus larges.

Vous avez votre activité. Il reste à vérifier que des gens la veulent, à construire l'offre, et à trouver vos trois premières clientes. C'est exactement le programme de la partie 3. Elle commence maintenant, et elle dure trente jours.



PARTIE 3 : LANCER

Vous avez choisi votre activité. Les trente prochains jours servent à une seule chose : la faire exister pour de vrai. Pas parfaitement. Pour de vrai. Cette partie suit l'ordre exact des opérations : vérifier que des gens la veulent, construire l'offre, monter la vitrine, trouver les trois premières clientes. Dans cet ordre, et pas un autre.

Chapitre 6 : vérifier votre idée en 7 jours, sans dépenser un euro

Le premier réflexe de presque toutes les débutantes, c'est de construire. Le logo, le site, les cartes de visite, le nom parfait. C'est rassurant, c'est concret, et c'est exactement l'inverse de ce qu'il faut faire. Parce qu'on peut passer deux mois à construire une jolie boutique pour une chose que personne ne veut acheter.

La peur de se planter ne se soigne pas par la préparation. Elle se soigne par la preuve. Et la preuve, ça se ramasse en sept jours, gratuitement, sans démissionner de rien. Voici comment.

Ce qu'on cherche à savoir, exactement

Trois questions, pas plus. Est-ce que le problème que je veux régler existe vraiment chez les gens que je vise ? Est-ce qu'ils paient déjà, d'une façon ou d'une autre, pour le régler ? Et est-ce qu'ils m'écouteront, moi ?

Tant que ces trois réponses sont des suppositions, vous avez une idée. Quand elles deviennent des faits, vous avez un projet.

Jour 1 : écrire votre phrase de départ

Tout tient dans une phrase : « J'aide [qui, précisément] à [obtenir quel résultat] grâce à [votre activité]. » Par exemple : « J'aide les commerçantes de ma ville à faire vivre leur page Instagram sans y passer leurs soirées. »

Écrivez la vôtre, puis passez-la au regard critique de votre IA :

« Voici mon idée d'activité : [votre phrase]. Joue l'avocate du diable. Quelles sont les trois raisons les plus probables pour lesquelles ça ne marcherait pas ? Et pour chacune, comment je pourrais vérifier si c'est un vrai problème, sans rien construire ? »

Notez ses objections. La semaine sert à les vérifier une par une.

Jour 2 : la preuve par les autres

Cherchez qui vend déjà quelque chose de proche. Sur Google, sur Instagram, sur les groupes locaux. Et là, une idée reçue à retourner : trouver des concurrentes est une excellente nouvelle. Ça prouve

que des gens paient. Le vrai signal d'alarme, c'est le désert. Quand personne ne vend une chose, c'est rarement parce que personne n'y a pensé. C'est souvent parce que personne ne l'achète.

Notez trois choses chez celles qui existent : ce qu'elles proposent, leurs prix quand ils sont affichés, et les mots qu'elles emploient. Vous ne copiez pas. Vous prenez la température de l'eau avant de plonger.

Jours 3 et 4 : dix vraies conversations

Le cœur de la semaine. Vous allez parler à une dizaine de personnes qui ressemblent à votre future cliente. Pas pour vendre. Pour écouter. Voici le message d'approche, à adapter avec vos mots :

« Bonjour [prénom], je prépare une petite activité pour aider [votre cible] avec [le problème], et avant de me lancer je veux comprendre comment ça se passe vraiment pour les gens concernés. Est-ce que vous auriez 10 minutes pour m'en parler ? Je ne vends rien, je cherche juste à ne pas me lancer à côté de la plaque. »

Où trouver ces dix personnes ? Votre entourage élargi d'abord, puis les groupes où votre cible discute déjà. Et pendant la conversation, trois questions suffisent : comment faites-vous aujourd'hui pour [le problème] ? Qu'est-ce qui vous agace le plus là-dedans ? Avez-vous déjà payé quelqu'un ou quelque chose pour vous aider ?

La règle d'or : vous écoutez 80 % du temps. Et vous notez leurs mots exacts, pas un résumé. Ces mots-là sont de l'or : ils deviendront vos textes de vente au chapitre 8.

Si l'idée de « déranger » vous serre le ventre, une chose à savoir : vous ne demandez pas d'acheter, vous demandez un avis. Et les gens adorent donner leur avis. La plupart de vos dix conversations se termineront par « tiens-moi au courant quand tu te lances ». Notez précieusement qui le dit.

Jour 5 : le test qui ne pardonne pas

Les compliments ne comptent pas. « C'est une super idée » ne compte pas. Ce qui compte, c'est un engagement concret. Alors aujourd'hui, vous proposez à trois personnes rencontrées cette semaine une version pilote :

« Je me lance le mois prochain. Je prends trois premières clientes à moitié prix, en échange d'un retour honnête et, si vous êtes contente, d'un témoignage. Est-ce que ça vous dirait d'en être ? »

Un oui suivi d'un rendez-vous fixé ou d'un accord sur un montant, c'est une validation. Un « pourquoi pas, on verra », c'est un non poli. Les deux réponses vous rendent service.

Jour 6 : lire les signaux

Posez tout à plat et regardez honnêtement. Deux ou trois engagements concrets : feu vert, l'idée est validée, la suite du livre vous appartient. De l'intérêt réel mais une même objection qui revient (« trop cher », « pas comme ça », « plutôt tel autre problème ») : feu orange, ajustez votre phrase de départ avec ce que vous avez entendu, et refaites trois conversations. De la politesse et de l'indifférence : feu rouge. Et un feu rouge en sept jours, c'est une victoire. Vous venez d'économiser six mois et pas mal d'argent. Retournez à vos deux autres fiches du test, et recommencez la semaine. Ça arrive aux meilleures, et ça ne dit rien de votre valeur.

Jour 7 : décider par écrit

Écrivez trois lignes, noir sur blanc : ce que je continue, ce que j'ajuste, ce que j'abandonne. Et recopiez au propre les cinq phrases les plus fortes entendues cette semaine, avec les mots exacts. Ce petit trésor servira aux trois chapitres qui viennent.

À retenir

- On ne construit rien avant d'avoir vérifié. La preuve se ramasse en sept jours, gratuitement.
- Des concurrentes qui vendent, c'est une bonne nouvelle. Le désert, c'est le vrai danger.
- Les compliments ne valent rien. Seuls comptent les engagements : un rendez-vous fixé, un accord sur un montant.
- Un feu rouge en sept jours est une victoire. Vous venez d'économiser six mois.

Votre petite action (10 minutes)

Écrivez votre phrase de départ et envoyez-la au regard critique de votre IA. Le jour 1, c'est aujourd'hui.

Chapitre 7 : créer votre offre

Il y a une différence entre « je sais faire des choses » et « voici ce que je vends ». Cette différence s'appelle une offre. Et une offre, c'est quatre pièces qui s'emboîtent : un résultat précis, un contour net, un prix assumé, et un petit filet qui rassure. On les monte une par une.

Pièce 1 : le résultat, pas la tâche

Personne n'achète « de la gestion de réseaux sociaux ». Les gens achètent « votre page publiée trois fois par semaine sans que vous y pensiez ». Personne n'achète « de l'assistanat ». Ils achètent « vos mails et vos factures tenus, dix heures de votre mois rendues ».

Reprenez les mots exacts notés au chapitre 6. Votre résultat est dedans, formulé par vos futures clientes elles-mêmes. Il n'y a plus qu'à le ramasser.

Pièce 2 : le contour net

Ce qui est compris, et ce qui ne l'est pas. Le « pas compris » est aussi important que le reste : c'est lui qui vous protégera des demandes qui débordent. Par exemple, pour un forfait de réseaux sociaux : compris, douze publications par mois, les visuels, les réponses aux commentaires. Pas compris, les publicités payantes, les vidéos longues, les urgences du dimanche.

Une offre au contour net, c'est une cliente qui sait ce qu'elle achète et une prestataire qui dort tranquille.

Pièce 3 : le prix

Reprenez la fourchette de votre fiche au chapitre 5, et placez-vous au milieu. Pas en bas. Le prix plancher n'attire pas plus de clientes, il attire les plus difficiles, celles qui négocient tout et n'écoutent rien. Et il vous épuise avant d'avoir commencé.

Deux règles de plus. Préférez le forfait au tarif horaire chaque fois que c'est possible : la cliente sait ce qu'elle paie, et vous êtes récompensée d'être rapide au lieu d'être punie. Et souvenez-vous que votre premier prix n'est pas gravé : quand votre carnet se remplit, vous montez d'un cran tous les deux ou trois nouveaux clients. C'est comme ça que font toutes celles qui durent.

Pièce 4 : le petit filet qui rassure

Votre future cliente a une peur : se tromper sur vous. Enlevez-lui. Un premier rendez-vous offert, ou une règle simple du genre « si le premier livrable ne vous convient pas, on arrête là et vous ne payez rien ». C'est peu de risque pour vous, et ça fait basculer les hésitantes. Pas besoin d'aller plus loin : les garanties à rallonge attirent les chasseurs de gratuit.

Montez le tout avec votre copilote

Voici le message à envoyer à votre IA, en collant vos notes du chapitre 6 :

« Tu es experte en création d'offres pour indépendantes débutantes. Mon activité : [votre fiche]. Ma cible : [qui]. Voici les phrases exactes que des clientes potentielles m'ont dites cette semaine : [collez vos cinq phrases]. Propose-moi trois formules d'offres avec pour chacune : le nom, le résultat promis en une phrase, ce qui est compris, ce qui ne l'est pas, et un prix dans la fourchette [votre fourchette]. Puis dis-moi laquelle tu recommandes pour démarrer, et pourquoi. »

Prenez ce qui sonne juste, jetez le reste. Puis le réflexe habituel : « Quelles objections une cliente prudente ferait-elle à cette offre ? Et comment j'y réponds simplement ? »

Le test du téléphone

Dernière vérification. Appelez une amie, et dites-lui votre offre à voix haute, en une phrase : « Je propose [résultat] pour [cible], c'est [prix], et [le filet]. » Si la phrase sort naturellement et que votre amie comprend du premier coup, c'est gagné. Si vous vous emmêlez, l'offre est trop compliquée. Simplifiez jusqu'à ce que ça coule.

Un exemple inventé, mais réaliste, pour fixer les idées. Nadia, assistante de direction, a validé au chapitre 6 que les artisans de sa région croulent sous les devis en retard. Son offre : « Vos devis envoyés sous 48 heures, chaque semaine, sans y toucher. Forfait 290 euros par mois, jusqu'à 15 devis. Premier devis test offert. » Une phrase, tout y est, et l'artisan comprend en trois secondes.

À retenir

- Une offre vend un résultat, jamais une liste de tâches. Le résultat est dans les mots notés au chapitre 6.
- Le « pas compris » protège votre énergie autant que le « compris » vend.
- Prix au milieu de la fourchette, en forfait, et on monte d'un cran tous les deux ou trois clients.
- Si l'offre ne se dit pas en une phrase au téléphone, elle est trop compliquée.

Votre petite action (20 minutes)

Montez vos trois formules avec le message ci-dessus, choisissez-en une, et faites le test du téléphone ce soir. Pour de vrai, avec une vraie personne.

Chapitre 8 : votre vitrine en un week-end

Mettons-nous d'accord sur ce qu'est une vitrine, parce que c'est là que les débutantes perdent des mois. Votre vitrine ne vend pas. Ce sont vos conversations qui vendent. La vitrine sert à une seule chose : quand quelqu'un entend parler de vous et tape votre nom, il doit trouver quelque chose de propre qui confirme que vous êtes sérieuse. C'est tout. Et « quelque chose de propre », ça se monte en un week-end.

Le strict nécessaire, et rien de plus

Trois éléments suffisent pour démarrer. Une page unique qui dit qui vous aidez, ce que vous proposez, et comment vous joindre. Un profil soigné sur le réseau où vit votre clientèle : LinkedIn pour les entreprises, Instagram pour les commerces et les particuliers. Et une adresse mail propre, du type prenom.nom ou prenom@votreactivite, pas l'adresse rigolote créée au lycée.

Voilà. Le reste attendra que l'argent rentre.

Samedi matin : les textes

Ouvrez votre IA et ressortez votre trésor du chapitre 6, les phrases exactes de vos futures clientes. C'est avec leurs mots qu'on écrit une page qui touche.

« Écris les textes d'une page de présentation pour mon activité. Mon offre : [votre phrase du chapitre 7]. Ma cible : [qui]. Voici comment mes futures clientes parlent de leur problème, avec leurs mots exacts : [collez les phrases]. Structure : un titre qui parle du résultat, trois lignes sur le problème avec leurs mots, ce que je propose, comment ça se passe en trois étapes simples, qui je suis en cinq lignes chaleureuses et honnêtes, et comment me contacter. Ton : simple, chaleureux, zéro vocabulaire de vendeuse. Longueur totale : une page. »

Faites deux ou trois allers-retours, puis le regard critique habituel. Et relisez en vous posant une seule question : est-ce que ça me ressemble ? Ajustez jusqu'au oui.

Pour le paragraphe « qui je suis », un conseil : dites la vérité. « Après douze ans comme assistante de direction, je mets mon organisation au service des artisans de la région. » C'est simple, c'est vrai, et c'est mille fois plus rassurant qu'une biographie gonflée. Votre parcours de salariée n'est pas un défaut à cacher. C'est votre meilleure référence.

Samedi après-midi : la page

Un seul outil, deux heures, pas de comparatif interminable. Trois options qui marchent : Canva, qui permet de publier une page simple et jolie gratuitement. Systeme.io en version gratuite, pratique parce qu'il gardera aussi les adresses mail plus tard. Ou une simple page Notion propre pour les toutes premières semaines. Prenez celle qui vous fait le moins peur, collez vos textes, choisissez deux couleurs et une police lisible, et publiez.

Publiez imparfait. Une page en ligne samedi soir vaut infiniment mieux qu'une page parfaite dans trois semaines. Vous la peaufinerez en marchant.

Dimanche matin : les preuves

Vos exemples de travail, comme prévu dans votre fiche du chapitre 5 : trois pièces inventées mais réalistes, présentées honnêtement comme des exemples de ce que vous savez faire. Ajoutez une photo de vous correcte : lumière du jour, mur neutre, sourire naturel, téléphone tenu par quelqu'un d'autre. Pas besoin de photographe. Besoin d'avoir l'air de quelqu'un qu'on a envie d'appeler.

Et si vous avez déjà décroché une mission pilote au chapitre 6, demandez dès la fin le témoignage promis. Deux phrases vraies d'une vraie cliente valent tous les textes du monde.

Dimanche après-midi : le profil

Direction LinkedIn ou Instagram, selon votre clientèle. La bannière se fait dans Canva en vingt minutes. La description reprend votre offre en une phrase, celle du test du téléphone. La photo est celle du matin. Puis demandez à deux proches de tout relire, la page et le profil, avec une consigne : « cherchez ce qui cloche, pas ce qui est bien ».

Dimanche soir, c'est en ligne. Vous existez.

Ce qu'on ne fait surtout pas ce week-end

Pas de logo payant, pas de site à cinq pages, pas de cartes de visite, pas de boutique en ligne, pas de nom d'entreprise déposé. Et pas de démarches de statut juridique non plus : le chapitre 11 s'en occupe au bon moment, c'est plus simple que vous ne le craignez, et rien ne presse tant que le premier euro n'est pas en vue.

À retenir

- La vitrine ne vend pas, elle rassure. Ce sont les conversations qui vendent.
- Une page, un profil, une adresse mail propre. Le reste attendra l'argent.
- On écrit avec les mots des clientes, pas avec du vocabulaire de vendeuse.

- Publiez imparfait dimanche soir. La page parfaite dans trois semaines ne sert à rien.

Votre petite action (5 minutes)

Bloquez le week-end dans votre agenda, pour de vrai. Samedi : textes et page. Dimanche : preuves et profil. Et prévenez la maisonnée que ces deux demi-journées sont prises.

Chapitre 9 : vos trois premières clientes

Le chapitre que tout le monde redoute. Alors désamorçons tout de suite : vos trois premières clientes ne viendront ni de la publicité, ni du hasard, ni d'un miracle de votre page. Elles viendront de trois cercles, dans lesquels on va puiser méthodiquement. Trente jours, trente vraies conversations, trois clientes. C'est presque mathématique, et vous allez voir pourquoi.

Cercle 1 : les gens qui vous connaissent déjà

On commence par le plus efficace et le plus négligé. Pas pour leur vendre : pour les informer, et pour qu'ils pensent à vous. Le message, à adapter et à envoyer à une vingtaine de personnes, un par un, jamais en groupe :

« Bonjour [prénom], petite nouvelle : je me lance à côté de mon travail, j'aide [votre cible] à [votre résultat]. Je ne t'écris pas pour te vendre quoi que ce soit ! Mais si tu croises quelqu'un que ça pourrait aider, tu peux me le présenter, ça me rendrait un vrai service. Des bises. »

Ce message est confortable à envoyer parce qu'il ne demande rien d'acheter. Et il est redoutable, parce que chaque personne qui le reçoit connaît en moyenne des dizaines de gens. Statistiquement, votre première cliente est à une poignée de mains de votre répertoire actuel.

Un mot sur la gêne, parce qu'elle sera là. Vous n'êtes pas en train de quémander. Vous informez, et vous proposez un service utile à un prix honnête. La gêne vient de l'ancienne salariée en vous. Elle passera à la première facture.

Cercle 2 : les endroits où votre cliente se plaint déjà

Les groupes Facebook et LinkedIn de votre région et du métier visé. Votre cliente y est déjà, et elle y raconte ses problèmes. La méthode tient en une règle : aider en public, proposer en privé. Vingt minutes par jour, vous répondez utilement aux questions qui touchent votre domaine, sans jamais coller votre lien. Au bout de quelques jours, vous êtes « celle qui s'y connaît ». Et là, aux personnes dont le problème correspond pile à votre offre, vous écrivez en privé : « J'ai vu votre message sur [le problème]. C'est exactement ce que je fais. Si vous voulez, je vous explique en dix minutes comment je pourrais vous aider. »

Jamais de message collé-copié dans tous les groupes. Une exclusion pour spam se rattrape très mal.

Cercle 3 : l'approche directe, en douceur

Cinq messages personnalisés par semaine. Pas cinquante, cinq bons. Vous repérez des personnes précises qui ont visiblement besoin de vous : la boutique dont la page dort depuis trois mois, l'artisan dont le site affiche encore les horaires d'avant, le dirigeant au profil vide. Et vous écrivez avec la méthode CLAIR, comme au chapitre 2, en montrant que vous avez vraiment regardé leur situation.

La règle qui change tout : proposez un premier pas minuscule. Pas un contrat, pas un engagement. Un rendez-vous de quinze minutes, un essai, une annonce refaite gratuitement pour montrer. Les gens ne disent pas oui à un forfait annuel venu de nulle part. Ils disent oui à un petit pas sans risque. Le reste se construit après.

La relance, là où tout se joue

Retenez ce chiffre approximatif mais fidèle à la réalité : la majorité des oui arrivent à la relance, pas au premier message. Silence ne veut pas dire non. Ça veut dire débordé. Une semaine après chaque message resté sans réponse, une relance courte et légère : « Bonjour [prénom], je me permets de remonter mon message, je sais que les semaines filent. Toujours partante pour les dix minutes ? » Une relance, éventuellement deux. Jamais trois.

Pour ne rien perdre, un tableau à quatre colonnes suffit : le nom, où on en est, la prochaine action, la date. Sur papier, dans un tableur, ou tenu par votre IA à qui vous dictez vos avancées le soir.

Le piège du gratuit

Une seule mission vitrine à tarif réduit contre un témoignage, celle du chapitre 6. Une. Pas trois, pas cinq. Le gratuit illimité n'attire pas de la reconnaissance, il attire les clients qui ne respectent rien, et il vous vide avant d'avoir commencé. Votre temps a un prix depuis le chapitre 7. Tenez-le.

Comptez les conversations, pas les victoires

Voici le contrat des trente jours : trente vraies conversations. Une vraie conversation, c'est un échange où l'autre a compris ce que vous proposez et a répondu quelque chose. Avec une offre validée au chapitre 6 et trente conversations, les trois clientes tombent presque toujours. Si elles ne tombent pas, ce n'est pas vous : c'est un réglage. Trop cher pour la cible, mauvais cercle, premier pas trop gros. On ajuste une chose, une seule, et on repart.

Les non vont piquer, surtout les premiers. Alors changez la comptabilité : chaque non rapproche du oui, chaque conversation compte un point, et c'est le total de points qui fait le succès. Les vendeuses aguerries ne font rien d'autre.

Le premier oui

Il arrivera plus vite que vous ne le pensez, et voici comment le sécuriser. Un mail simple qui récapitule tout : ce que vous allez faire, pour quand, pour combien. Pas besoin de contrat de dix pages au début, ce mail relu et approuvé fait foi. Pour les montants au-delà de quelques centaines d'euros, demandez un acompte de 30 %, c'est parfaitement normal et ça engage tout le monde. Puis livrez petit, impeccable et à l'heure. Votre première cliente satisfaite est votre meilleur canal d'acquisition : elle connaît d'autres personnes exactement comme elle.

Et ce soir-là, fêtez ça. Vraiment. Des inconnus ont payé pour votre travail. Vous n'êtes plus quelqu'un qui « aimerait se lancer ». Vous êtes lancée.

À retenir

- Trois cercles : ceux qui vous connaissent, les endroits où votre cliente se plaint, l'approche directe douce. Dans cet ordre.
- Aider en public, proposer en privé. Et toujours un premier pas minuscule.
- La majorité des oui arrivent à la relance. Silence veut dire débordé, pas non.
- Trente conversations en trente jours. On compte les conversations, pas les victoires.
- Une seule mission vitrine à prix réduit. Ensuite, vos prix sont vos prix.

Votre petite action (30 minutes)

Le message du cercle 1, ce soir, à dix personnes. Personnalisé, un par un. C'est la demi-heure la plus rentable de tout ce livre.

PARTIE 4 : DURER

Vous êtes lancée. Des conversations tournent, une première cliente est là ou presque. Cette dernière partie installe ce qui transforme un bon démarrage en activité qui tient : une machine à produire, des finances propres, et un plan qui tient dans un mois.

Chapitre 10 : produire deux fois plus vite

Il y a deux façons de vivre une activité à côté de son travail. Courir après chaque semaine, refaire chaque chose comme si c'était la première. Ou construire, mission après mission, une petite machine qui rend chaque semaine plus légère que la précédente. Ce chapitre monte la machine.

Votre bibliothèque personnelle

Voici la règle qui change tout : rien ne se fait deux fois. Chaque chose que vous créez pour une cliente devient un modèle pour la suivante. Le mail de bienvenue, la trame de compte rendu, la structure de calendrier de publications, les réponses aux questions qui reviennent. Créez un dossier, appelez-le « Bibliothèque », et rangez-y chaque nouveau modèle au fil de l'eau.

L'effet est mécanique. La première mission prend cinq heures. La cinquième, la même, en prend deux. Et comme vous vendez au forfait depuis le chapitre 7, ces heures gagnées sont à vous. C'est exactement comme ça qu'on augmente ses revenus sans augmenter ses soirées.

Le dossier client d'une page

Votre IA a un défaut qu'on connaît depuis le chapitre 1 : elle ne sait rien de votre vie, ni de celle de vos clientes. Alors on va lui donner la mémoire qui lui manque. Pour chaque cliente, une page, pas plus : qui elle est, son activité, le ton qu'elle aime, ce qu'on a décidé ensemble, les choses à ne pas faire.

Au début de chaque session de travail, vous collez cette page dans la conversation, et tout ce qui sort est déjà dans le bon ton, avec le bon contexte. Deux minutes de préparation, une heure d'écarts évités. Mettez la page à jour après chaque mission, avec l'aide de l'IA : « Voici ce qui s'est passé cette semaine avec cette cliente, mets à jour sa fiche. »

La semaine type

Une activité qui dure tient sur trois blocs, à poser dans votre agenda comme des rendez-vous qu'on ne déplace pas.

Le bloc production : deux ou trois créneaux dans la semaine, selon vos heures disponibles, pour livrer le travail des clientes. Le bloc prospection : vingt minutes par jour, parce que les trois cercles du chapitre 9 ne s'arrêtent jamais, même carnet plein. C'est le jour où on arrête de chercher que le trou d'air se prépare, deux mois plus tard. Et le bloc administratif : trente minutes le vendredi. Les factures

partent, les relances aussi, le tableau se met à jour. Trente minutes hebdomadaires évitent le dimanche de panique trimestriel.

L'IA dans votre quotidien de patronne

Au-delà de la production, votre copilote travaille sur tout le tour de la mission. Avant un rendez-vous : « Voici la fiche de cette cliente et son dernier message, prépare-moi les trois points à aborder et les questions à poser. » Après : « Voici mes notes en vrac, transforme-les en compte rendu propre à lui envoyer. » En fin de mission : « Rédige-moi un petit message pour demander un témoignage, chaleureux et sans lourdeur. » Et une fois par mois : « Voici mes livraisons du mois, propose-moi deux publications pour ma vitrine qui montrent ce travail sans rien révéler de confidentiel. »

Chacun de ces messages prend une minute et rend un quart d'heure. C'est la petite monnaie du temps, et elle fait des mois.

Les deux pièges de la deuxième phase

Le premier s'appelle la sur-qualité. Relire une septième fois, refaire un visuel déjà bien, repousser l'envoi pour peaufiner. Retenez ceci : livré à l'heure et très bien vaut toujours mieux que parfait et en retard. Le perfectionnisme n'est pas de l'exigence, c'est de la peur déguisée. Votre cliente veut son résultat, pas votre tourment.

Le second s'appelle le débordement. La cliente adorable qui demande « juste un petit truc en plus », puis un autre. La réponse est prête depuis le chapitre 7, c'est le contour de votre offre. Le message qui recadre sans froisser : « Avec plaisir ! Ça sort de notre forfait actuel, je vous propose de l'ajouter pour [montant], ou de le glisser dans le forfait du mois prochain à la place de [autre chose]. Vous préférez quoi ? » Gentil, clair, et votre dimanche reste à vous.

À retenir

- Rien ne se fait deux fois : chaque livraison devient un modèle dans votre bibliothèque.
- Une page par cliente, collée en début de session, et l'IA a la mémoire qui lui manquait.
- Trois blocs par semaine : production, vingt minutes de prospection par jour, trente minutes d'administratif le vendredi.
- Livré à l'heure et très bien bat parfait et en retard. Et le contour de l'offre protège vos dimanches.

Votre petite action (15 minutes)

Créez le dossier Bibliothèque et la première fiche client d'une page. Même si votre première cliente est encore en route : préparez sa page d'avance, vous n'aurez plus qu'à remplir.

Chapitre 11 : l'argent et le côté légal, sans stress

Voici le chapitre que beaucoup redoutent au point de ne jamais se lancer. Alors disons d'abord la vérité générale : pour une activité en complément de salaire, les démarches sont plus simples que ce que vous imaginez, largement faisables seule, et presque gratuites. On va les traverser calmement.

Deux précisions honnêtes avant de commencer. Ce chapitre vous informe et vous oriente, il ne remplace pas un conseil personnalisé si votre situation est particulière. Et les chiffres exacts, taux et plafonds, bougent régulièrement : je vous donne les ordres de grandeur et le réflexe qui ne vieillit pas, vérifier sur les sites officiels au moment où vous vous lancez. C'est d'ailleurs la règle du chapitre 1 : pour tout ce qui est légal et fiscal, on vérifie à la source, jamais sur la seule parole d'une IA ni d'un livre.

Le bon moment pour se déclarer

Ni trop tôt, ni trop tard. Pas besoin de statut pour faire votre semaine de vérification ou monter votre vitrine. En revanche, dès que le premier paiement se profile, on se met en règle. Travailler au noir, même « pour commencer », vous prive de factures, donc de vraies clientes professionnelles, et vous expose pour rien. La bonne nouvelle : entre la décision et le droit de facturer, il se passe souvent moins d'une semaine.

Si vous êtes en France : la micro-entreprise

C'est le statut taillé pour vous. L'inscription se fait en ligne, en une demi-heure, gratuitement, sur le site officiel des formalités d'entreprises (méfiez-vous des sites commerciaux qui facturent cette démarche gratuite). Quelques jours plus tard, vous recevez votre numéro, et vous pouvez facturer.

Le principe est d'une simplicité reposante : vous déclarez ce que vous encaissez, chaque mois ou chaque trimestre, et vous payez un pourcentage dessus. Pour des prestations de services, comptez un ordre de grandeur d'un cinquième de vos encaissements en cotisations sociales, le taux exact étant à vérifier au moment de votre inscription. Pas de chiffre d'affaires, pas de cotisations. Côté TVA, en dessous d'un certain seuil annuel, vous n'en facturez pas et n'en récupérez pas : vos factures portent simplement la mention « TVA non applicable, article 293 B du CGI ». Là encore, vérifiez le seuil en vigueur, il a bougé ces dernières années.

Et le cumul avec votre emploi ? Autorisé dans la grande majorité des cas, avec trois règles de bon sens : relisez votre contrat de travail pour repérer une éventuelle clause d'exclusivité, ne travaillez jamais sur votre activité pendant vos heures salariées, et ne démarchez pas les clients de votre

employeur. Si vous êtes fonctionnaire, le cumul obéit à des règles spécifiques, renseignez-vous auprès de votre administration.

Si vous êtes en Belgique : l'indépendante complémentaire

Le statut existe précisément pour votre situation : garder son emploi (au moins un mi-temps, en général) et développer une activité à côté. Deux démarches principales. D'abord un guichet d'entreprises agréé, qui vous inscrit et vous donne votre numéro d'entreprise, pour quelques dizaines d'euros. Ensuite l'affiliation à une caisse d'assurances sociales, qui prélèvera des cotisations trimestrielles calculées sur vos revenus réels : tant que les revenus du projet restent modestes, ces cotisations sont réduites, parfois presque nulles, avec une régularisation quand les chiffres définitifs sont connus. Demandez à votre caisse une estimation dès le départ, elles font ça très bien.

Côté TVA, un régime de franchise existe pour les petites entreprises en dessous d'un seuil annuel de l'ordre de 25 000 euros : pas de TVA à facturer, une simple mention sur vos factures, mais une inscription à la TVA reste souvent nécessaire selon l'activité. Votre guichet d'entreprises vous dira exactement quoi cocher pour votre cas. Et vos revenus d'indépendante complémentaire s'ajoutent à votre déclaration d'impôts, où ils sont imposés avec le reste : mettez de côté en conséquence, on y vient.

Les quatre réflexes d'hygiène financière

Quel que soit le pays, quatre habitudes, dès le premier euro. Un compte bancaire séparé pour l'activité, même un simple compte courant au début, pour ne jamais mélanger. Une part de chaque paiement mise de côté immédiatement : un tiers est une bonne règle de prudence pour couvrir cotisations et impôts, vous ajusterez avec l'expérience. Des factures propres et numérotées : vos coordonnées et celles du client, la date, un numéro qui se suit, le détail, le montant, et la mention TVA qui correspond à votre régime. Et un tableau de bord minimal tenu le vendredi : ce qui est facturé, ce qui est encaissé, ce qui est en retard.

Votre IA vous aide sur tout ça, à sa juste place : elle crée votre modèle de facture, vous explique un courrier reçu en langage simple, prépare vos questions avant d'appeler un organisme. Mais les montants, les taux et les cases à cocher, c'est la source officielle qui décide.

Quand passer voir un professionnel

Un rendez-vous avec un comptable devient un bon investissement le jour où l'activité dépasse le complément : revenus qui grimpent, TVA qui approche, envie d'en faire votre activité principale, ou simple besoin de dormir tranquille. Une heure de conseil au bon moment coûte moins cher qu'une erreur corrigée deux ans après. Et arrivez-y préparée : « Voici ma situation, mes chiffres, prépare-moi la liste des questions à poser à un comptable » est un excellent message pour votre copilote.

À retenir

- On se déclare quand le premier paiement se profile. Avant, rien ne presse. Après, on ne traîne pas.
- France : micro-entreprise en ligne, gratuite, un pourcentage sur ce que vous encaissez, mention TVA non applicable sous le seuil. Belgique : guichet d'entreprises plus caisse d'assurances sociales, cotisations douces tant que les revenus sont modestes.
- Les chiffres exacts bougent : ordres de grandeur ici, vérification sur les sites officiels au moment de vous lancer.
- Compte séparé, un tiers de côté, factures numérotées, trente minutes le vendredi. C'est toute l'hygiène qu'il faut.

Votre petite action (10 minutes)

Deux vérifications d'avance : relisez votre contrat de travail à la recherche d'une clause d'exclusivité, et repérez le site officiel de votre pays pour l'inscription. Juste repérer. Le jour venu, tout sera prêt.

Chapitre 12 : votre plan des 30 jours

Tout ce que ce livre contient tient maintenant dans un seul mois. Ce chapitre le déroule, jour après jour, pour que la seule question qui reste chaque soir soit « c'est quoi, ma prochaine petite action ? ». Le plan suppose que la partie 1 est faite : votre outil est en main, la méthode CLAIR aussi. Il demande cinq à huit heures par semaine. Et il commence un lundi, parce que les grands départs aiment les lundis.

Semaine 1 : vérifier (jours 1 à 7)

C'est la semaine du chapitre 6, telle quelle. Lundi, votre phrase de départ et sa critique par l'IA. Mardi, le tour des concurrentes et de leurs prix. Mercredi et jeudi, vos dix conversations, ou du moins leur lancement, les réponses s'étaleront. Vendredi, la proposition pilote à trois personnes. Samedi, la lecture des signaux. Dimanche, la décision écrite et vos cinq phrases en or.

Feu vert : la suite vous attend. Feu orange : prenez trois jours de plus pour ajuster et révéifier, le plan glissera d'autant, aucune importance. Feu rouge : retour au chapitre 4, nouvelle fiche, nouvelle semaine 1. Ce n'est pas un échec du plan, c'est le plan qui fonctionne.

Semaine 2 : construire (jours 8 à 14)

Lundi et mardi soir, votre offre avec le chapitre 7 : les trois formules, votre choix, le test du téléphone. Mercredi à vendredi, respirez, la vraie vie a aussi ses droits, contentez-vous de préparer le terrain du week-end. Samedi et dimanche, le week-end vitrine du chapitre 8 : textes et page le samedi, preuves et profil le dimanche.

Et dimanche soir, l'action la plus rentable du mois : le message du cercle 1, envoyé à dix personnes, personnellement. Vous vous coucherez lancée.

Semaine 3 : chercher (jours 15 à 21)

La semaine des trois cercles, chapitre 9 en main. Chaque jour, vingt minutes dans les groupes où vit votre clientèle : aider en public, proposer en privé. Dans la semaine, cinq messages personnalisés du cercle 3, pas plus, mais cinq bons. Le message du cercle 1 continue vers dix nouvelles personnes. Et à partir de jeudi, les premières relances des messages restés muets la semaine passée.

Si un oui du chapitre 6 s'est confirmé, votre mission pilote démarre cette semaine : petit, impeccable, à l'heure. Elle passe avant la prospection les jours où il faut choisir.

Semaine 4 : encaisser et décider (jours 22 à 30)

Livrez la pilote, et cueillez ce qu'elle donne : le témoignage demandé sans lourdeur, la première vraie facture envoyée avec la manière du chapitre 11, et si tout s'est bien passé, la question toute simple : « Souhaitez-vous qu'on continue au tarif normal ? » Beaucoup de premières clientes pilotes deviennent les premières clientes tout court.

La prospection continue en fond, vingt minutes par jour, relances comprises. Objectif du mois : trente vraies conversations au total. Comptez-les vraiment, c'est le seul chiffre qui prédit la suite.

Et le jour 30, posez-vous avec trois chiffres et une décision. Les chiffres : conversations menées, propositions envoyées, euros encaissés ou promis. La décision, en trois lignes écrites comme au jour 7 : ce que je continue, ce que j'ajuste, ce que j'arrête. Puis fêtez, quel que soit le tableau. Il y a un mois, tout ceci était une idée.

Si la vie déborde

Elle débordera. Un enfant malade, un rush au travail, une semaine où rien n'avance. Retenez ceci : le plan glisse, il ne casse pas. Un plan de 30 jours réalisé en 45 reste une réussite totale. La seule chose qui casse un lancement, c'est l'arrêt complet suivi de la honte de reprendre. Alors si vous décrochez, pas de rattrapage héroïque : reprenez simplement à la case où vous étiez, comme si de rien n'était. C'est exactement ainsi que ce livre a été pensé, et c'est ainsi que les choses se finissent : en reprenant, autant de fois qu'il faut.

Le tableau de bord du mois

Trois lignes sur un papier aimanté au frigo ou en fond d'écran : conversations (objectif 30), propositions (objectif 10), euros (objectif : le premier). Chaque vendredi, mettez les chiffres à jour pendant vos trente minutes d'administratif. Ce que l'on compte avance. Ce que l'on ne compte pas s'évapore.

À retenir

- Semaine 1 vérifier, semaine 2 construire, semaine 3 chercher, semaine 4 encaisser et décider.
- Le message du cercle 1, dimanche soir du jour 14, est l'action la plus rentable du mois.
- Trente conversations sur le mois. C'est le seul chiffre qui prédit la suite.
- Le plan glisse, il ne casse pas. On reprend à la case où on était, sans honte et sans rattrapage héroïque.

Votre petite action (2 minutes)

Ouvrez votre agenda et écrivez « Jour 1 » sur le prochain lundi qui vous arrange. C'est tout. Le rendez-vous est pris, le livre vous attend là-bas.

BONUS : réussir votre reconversion salariée avec l'IA

Toutes les lectrices de ce livre ne rêvent pas d'indépendance, et c'est très bien ainsi. Pour certaines, la bonne sortie s'appelle un nouveau poste, un nouveau métier, une nouvelle maison. Ce bonus est pour vous. Bonne nouvelle : votre copilote accélère un changement de poste exactement comme il accélère un lancement. Mêmes réflexes, même méthode CLAIR, autre terrain de jeu.

D'abord, clarifier la direction

Avant de refaire le CV, encore faut-il savoir vers quoi. Offrez-vous un petit bilan express avec ce message :

« Tu es conseillère en évolution professionnelle, bienveillante et très honnête. Pose-moi tes questions une par une : mon parcours, ce qui me donne de l'énergie au travail, ce qui m'épuise, mes contraintes (lieu, horaires, salaire minimum), et ce que je sais faire que les gens me demandent souvent. Puis propose-moi cinq pistes de métiers réalistes pour une reconversion, en me disant pour chacune : pourquoi elle me correspond, ce qui me manque pour y aller, et si le marché recrute vraiment. Termine par la piste que tu creuserais en premier à ma place. »

Prenez les réponses comme des pistes à vérifier, pas comme des verdicts. Et vérifiez-les comme au chapitre 6 : deux ou trois conversations avec des personnes qui font déjà ce métier valent tous les tests du monde. Les gens adorent parler de leur travail à quelqu'un qui envisage de les rejoindre.

Un mot sur le financement : selon votre situation, des droits à la formation existent, le compte personnel de formation en France, les congés et aides à la formation en Belgique. Renseignez-vous sur les sites officiels avant de payer quoi que ce soit de votre poche.

Le CV qui correspond

L'erreur classique : envoyer partout le même CV. La méthode qui marche : partir de l'annonce. Pour chaque poste qui compte vraiment :

« Voici une offre d'emploi : [collez l'annonce]. Et voici mon parcours : [collez votre CV actuel ou racontez]. Dis-moi d'abord, honnêtement, dans quelle mesure je corresponds : les forces, les trous, et comment présenter les trous sans mentir. Puis réécris mon CV pour ce poste : des phrases orientées résultats avec des chiffres quand j'en ai, le vocabulaire de l'annonce quand il est vrai pour moi, une page si possible. »

Deux règles non négociables. La première : tout doit être vrai. L'IA embellit volontiers si on la laisse faire, et un embellissement se paie très cher en entretien. Relisez chaque ligne en vous demandant « est-ce que je peux le raconter cinq minutes ? ». La seconde : reprendre les mots de l'annonce n'est pas de la triche, c'est de la clarté. Beaucoup d'entreprises trient les candidatures avec des logiciels qui cherchent ces mots. Autant parler la même langue, quand c'est la vérité.

Pour la lettre ou le message qui accompagne, méthode CLAIR complète : le contexte de l'entreprise, ce qui vous attire vraiment, ce que vous apportez, court et sincère. Une lettre générique se voit en trois secondes. Une lettre qui prouve qu'on a compris le poste se lit jusqu'au bout.

LinkedIn qui travaille pour vous

Pendant que vous dormez, votre profil parle. Trois réglages. Le titre : pas votre poste actuel, mais votre direction, du genre « Assistante de direction en transition vers la gestion de projet ». Le résumé : votre histoire en dix lignes, racontée simplement, avec le message : « Écris trois versions de mon résumé LinkedIn à partir de mon parcours et de ma cible, ton chaleureux et professionnel, à la première personne, sans grands mots creux. » Et la photo du chapitre 8 : lumière du jour, sourire vrai.

Puis un peu de vie : commenter utilement dans votre futur domaine, deux fois par semaine, suffit à exister aux yeux des recruteurs qui s'y promènent.

L'entretien, répété avant d'être joué

Le grand avantage de votre copilote : il fait un partenaire d'entraînement infatigable et sans jugement.

« Tu es le recruteur pour ce poste : [collez l'annonce]. Fais-moi passer un entretien exigeant mais réaliste. Pose-moi tes questions une par une, attends mes réponses, et à la fin donne-moi un retour honnête : ce qui a convaincu, ce qui a inquiété, et comment améliorer mes trois réponses les plus faibles. Inclus les questions qui fâchent : ma reconversion, mes années dans un autre domaine, mes prétentions salariales. »

Faites l'exercice à voix haute, pas par écrit : c'est la bouche qu'on entraîne, pas les doigts. Trois passages suffisent à transformer le trac en aisance. Et pour le salaire, préparez votre fourchette avant : demandez à votre IA les salaires pratiqués pour ce poste dans votre région, vérifiez sur deux sites d'annonces, et répétez la phrase à voix haute aussi. « Au vu du poste et de mon expérience, je vise entre X et Y » se dit très bien quand on l'a dite trois fois dans sa cuisine.

Se former plus vite

Dernier accélérateur : combler un manque de compétence avec l'IA comme tutrice quotidienne.

« Je veux apprendre [la compétence] en 30 jours, à raison de 30 minutes par jour, pour être à l'aise en entretien et opérationnelle en poste. Construis-moi le programme jour par jour, avec chaque jour une notion, un exercice concret, et une question pour vérifier que j'ai compris. Commence par le jour 1. »

Puis chaque jour, revenez dans la conversation : « Jour suivant. » Trente jours plus tard, vous ne serez pas experte. Vous serez crédible et lancée, ce qui suffit largement pour apprendre le reste en poste. Et vous saurez raconter en entretien comment vous avez appris : c'est souvent ça, la vraie démonstration.

ANNEXE : la bibliothèque de prompts

Tous les messages du livre, réunis au même endroit, prêts à copier. Remplacez les [crochets] par votre situation, et gardez le réflexe des allers-retours : la première réponse est un brouillon, la bonne arrive après.

Les fondamentaux (partie 1)

Le gabarit CLAIR, à garder sous la main :

« Contexte : [qui vous êtes, la situation]. Objectif : [ce que vous voulez obtenir, précisément]. Forme : [longueur, ton, format]. Écris trois versions différentes. »

L'avocate du diable :

« Voici mon idée : [votre idée]. Joue l'avocate du diable. Donne-moi les trois raisons les plus probables pour lesquelles ça ne marcherait pas, et comment je pourrais vérifier chacune sans rien construire. »

Les questions d'abord :

« Avant de répondre, pose-moi toutes les questions dont tu as besoin pour me faire une réponse vraiment adaptée à ma situation. »

La critique exigeante :

« Note ce texte sur 10, justifie chaque point enlevé, puis propose une version améliorée. Sois dure mais constructive. »

La professeure particulière :

« Explique-moi [notion] simplement, comme si je devais l'expliquer à mon tour demain. Puis pose-moi une question pour vérifier que j'ai compris. »

Choisir sa voie (chapitre 4)

L'entretien d'orientation :

« Tu es conseillère en reconversion, bienveillante mais très honnête. Fais-moi passer un entretien pour trouver l'activité indépendante qui me correspond le mieux parmi des services aidés par l'IA. Pose-moi tes questions une par une : temps disponible, besoin d'argent, rapport au contact client, compétences, contraintes familiales. Puis propose les 3 pistes les plus adaptées avec, pour chacune : pourquoi elle me va, son principal risque, la première action cette semaine. Termine par celle que tu choisirais à ma place. »

Vérifier son idée (chapitre 6)

Le message d'approche :

« Bonjour [prénom], je prépare une petite activité pour aider [cible] avec [problème], et avant de me lancer je veux comprendre comment ça se passe vraiment. Auriez-vous 10 minutes pour m'en parler ? Je ne vends rien, je cherche juste à ne pas me lancer à côté de la plaque. »

Les trois questions d'écoute : comment faites-vous aujourd'hui pour [le problème] ? Qu'est-ce qui vous agace le plus ? Avez-vous déjà payé pour vous aider ?

La proposition pilote :

« Je me lance le mois prochain. Je prends trois premières clientes à moitié prix, en échange d'un retour honnête et d'un témoignage si vous êtes contente. Ça vous dirait d'en être ? »

Construire l'offre et la vitrine (chapitres 7 et 8)

La constructrice d'offres :

« Tu es experte en création d'offres pour indépendantes débutantes. Mon activité : [fiche]. Ma cible : [qui]. Voici les phrases exactes entendues chez mes futures clientes : [vos cinq phrases]. Propose trois formules avec : nom, résultat promis en une phrase, ce qui est compris, ce qui ne l'est pas, prix dans la fourchette [fourchette]. Puis recommande celle pour démarrer, et pourquoi. »

Le testeur d'objections :

« Quelles objections une cliente prudente ferait-elle à cette offre ? Et comment j'y réponds simplement, sans me justifier pendant dix minutes ? »

Les textes de la page :

« Écris les textes d'une page de présentation pour mon activité. Mon offre : [phrase]. Ma cible : [qui]. Voici les mots exacts de mes futures clientes : [phrases]. Structure : titre orienté résultat, trois lignes sur le problème avec leurs mots, ce que je propose, comment ça se passe en trois étapes, qui je suis en cinq lignes chaleureuses et honnêtes, comment me contacter. Ton simple, zéro vocabulaire de vendeuse. Une page. »

Trouver ses clientes (chapitre 9)

Le message du cercle 1 :

« Bonjour [prénom], petite nouvelle : je me lance à côté de mon travail, j'aide [cible] à [résultat]. Je ne t'écris pas pour te vendre quoi que ce soit ! Mais si tu croises quelqu'un que ça pourrait aider, tu peux me le présenter, ça me rendrait un vrai service. Des bises. »

L'approche directe (cercle 3), gabarit :

« Bonjour [prénom], [une phrase qui prouve que vous avez vraiment regardé sa situation]. C'est exactement ce que je fais : [votre résultat en une phrase]. Si ça vous parle, je vous propose [le premier pas minuscule : 15 minutes, un essai, un exemple offert]. »

La relance :

« Bonjour [prénom], je me permets de remonter mon message, je sais que les semaines filent. Toujours partante pour les dix minutes ? »

Faire tourner la machine (chapitres 10 et 11)

La fiche client :

« Voici ce qui s'est passé cette semaine avec cette cliente : [vos notes en vrac]. Mets à jour sa fiche d'une page : qui elle est, son ton, nos décisions, les choses à ne pas faire. »

Le compte rendu :

« Voici mes notes en vrac après ce rendez-vous : [notes]. Transforme-les en compte rendu propre et court à envoyer à la cliente, avec les prochaines étapes en clair. »

La demande de témoignage :

« Rédige un petit message pour demander un témoignage à une cliente contente, chaleureux, sans lourdeur, avec deux questions simples pour l'aider à savoir quoi écrire. »

Le préparateur de démarches :

« Voici ma situation : [salariée en France ou Belgique, activité, revenus prévus]. Prépare la liste des questions précises à poser à [l'organisme ou au comptable], classées par thème, pour que je ne rate rien au premier rendez-vous. »

Changer de poste (bonus)

Les quatre messages du bonus : le bilan express, le CV qui correspond, l'entretien répété, la tutrice des 30 jours. Ils sont dans les pages précédentes, prêts à copier.

Cette bibliothèque évolue avec les mises à jour du livre. La version en ligne, toujours à jour et copiable en un clic, vous attend ici : [LIEN À INSÉRER].

Le mot de la fin

Nous y sommes. Vous êtes arrivée au bout du livre, et si vous avez fait les petites actions en route, vous n'êtes plus du tout au même endroit qu'à la première page. Vous savez vous servir d'un outil que la plupart des gens survolent. Vous connaissez la carte entière de ce qui se vend avec. Vous avez une voie, une méthode pour la vérifier, une offre, une vitrine, et un plan de trente jours qui commence le lundi de votre choix.

Il me reste une chose à vous dire, et c'est la plus importante. Ce qui séparera celles qui ont lu ce livre de celles qui ont changé de vie, ce n'est ni le talent, ni le diplôme, ni la chance. C'est la première petite action, puis la suivante. Le message envoyé un dimanche soir. La conversation demandée malgré la gêne. La reprise tranquille après une semaine où tout a débordé.

Vous n'avez pas besoin d'être prête. Personne ne l'est. Vous avez besoin de commencer petit, de continuer doucement, et de ne pas vous arrêter longtemps. Le reste, la confiance, les clientes, les chiffres qui montent, arrive en marchant. Toujours en marchant, jamais avant.

Alors : quel lundi ?

On se retrouve dans la communauté. Racontez-nous votre jour 1, vos questions, vos premières victoires même minuscules, surtout minuscules. Des dizaines de femmes y font le même chemin que vous, à quelques semaines près. Vous verrez : on avance mieux accompagnée.

Merci de votre confiance. Et à très vite, de l'autre côté du premier oui.
