

A photograph of two women walking in profile across a paved courtyard in front of a modern building with large columns. The woman on the left is wearing a brown coat and glasses, with her hair in a ponytail. The woman on the right is wearing a dark suit with a white collar and glasses, also with her hair in a ponytail. The scene is brightly lit, suggesting daytime.

ACCÉLÉRATEUR BUSINESS

*Transformer tes idées en réalité en
3 Mois*

COPYRIGHT

Le Code de la propriété intellectuelle interdit les copies ou reproductions destinées à une utilisation collective.

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l'auteur ou de ses ayant droit ou ayant cause, est illicite et constitue une contrefaçon, aux termes des articles L.335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle



Hey, Bienvenue

Salut et bienvenue dans cet ebook !

Je suis ravie que tu sois ici, car cela signifie que tu es prête à transformer ton business — ou peut-être à en lancer un tout nouveau. On va être honnêtes, parfois, la vie d'entrepreneure peut ressembler à une montagne russe sans ceinture de sécurité. Entre les creux de la vague et les sommets effervescents, il est facile de se sentir perdue.

À 29 ans, j'ai déjà eu ma part de galères et de réussites. J'ai vu des projets stagner dans un marécage de doutes et d'inefficacité, tout en lançant des idées qui ont décollé plus vite qu'un café du matin. Et crois-moi, je ne suis pas née avec une baguette magique — juste beaucoup de détermination, quelques erreurs bien placées et une bonne dose d'humour pour ne pas perdre le nord.

Ce guide, c'est un peu comme une boîte à outils pour ton entreprise : pratique, concret et sans chichis. Tu ne trouveras pas ici des discours grandioses sur la réussite, mais des conseils réels et applicables pour te remettre sur les rails, que ce soit pour relancer un business qui végète ou pour donner vie à celui qui sommeille en toi.

On va parler de stratégies, de tactiques et même de quelques astuces pour faire le tri dans le chaos entrepreneurial. Mon objectif ? Que tu termines ces cinq mois avec un sourire en coin, des résultats qui parlent d'eux-mêmes et la satisfaction d'avoir pris les commandes de ton aventure professionnelle.

Alors, prêt à secouer la poussière et à passer à l'action ? Allons-y !

MEET ME

& MY BUSINESS



ILLYANA GARCIA

Fondatrice

Assistante virtuelle en freelance, je suis passionnée par mon travail. Cependant, mes débuts n'ont pas été faciles. J'ai eu beaucoup de mal à trouver des clients et à faire vivre mon business.

La seule méthode qui m'a fait sortir de cette impasse a été de faire un reboot total de mon business, comme si je recommençais à 0.

Elysium
Rule

ELYSIUM RULE

La puissance du digital pour transformer les vies et les entreprises.

Inspirée par le concept d'Elysium, le paradis des anciennes mythologies, Elysium Rule incarne la quête de l'excellence et de l'harmonie dans le monde numérique.

La loi d'Elysium : l'excellence, l'innovation et la prospérité digitale.



TON PLAN DE RÉUSSITE EN 3 MOIS

MOIS

01

Lance les bases de ton empire

MOIS

02

Bâtir ton infrastructure digitale

MOIS

03

Propulse ta visibilité

+

Liste d'outils utiles pour ton
business

A large, light grey number '1' is positioned in the background, spanning most of the page's height and width. It has a classic serif font style with a slightly flared top and a tapered bottom.

PREMIER MOIS

LANCE LES BASES DE TON EMPIRE

Établis les fondations solides pour ton entreprise en définissant clairement ta mission et en identifiant ton marché cible.

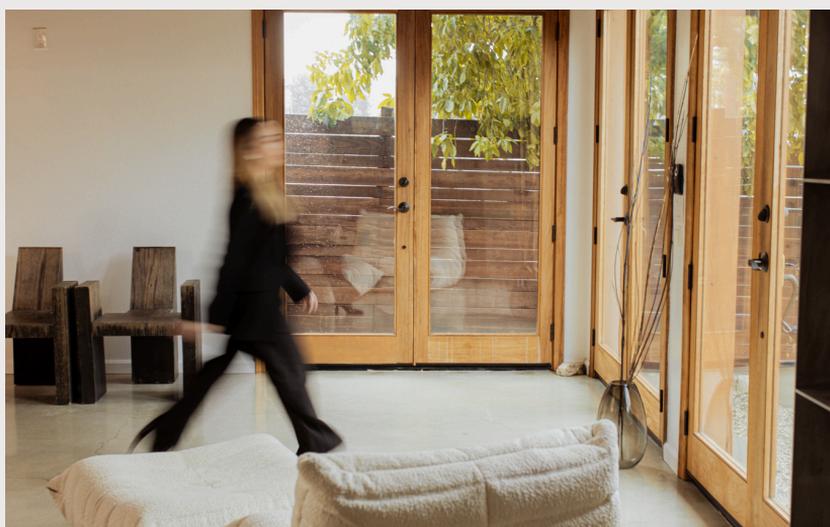


01

LANCE LES BASES DE TON EMPIRE

Ce mois-ci, tu vas te concentrer sur l'établissement des bases de ton entreprise. Il s'agit de clarifier ta mission, de développer un point de vue unique qui te distingue, et d'identifier précisément tes clients cibles. Une recherche de marché approfondie t'aidera à valider tes idées, et une explication claire de ton offre garantira que ton message soit compris de tous.

Avant de te lancer dans le marketing, de commencer à bâtir ta liste d'abonnés, ou même de créer un site web - bref, avant de te lancer dans toutes ces choses un peu fancy - il faut d'abord poser les bonnes bases. C'est une étape essentielle que beaucoup de gens négligent, et ça finit souvent par ralentir leur progression. C'est comme si tu passais tout ton temps à choisir des meubles pour ta maison, à sélectionner les rideaux, les canapés et les décorations murales super chic - sans même avoir commencé à construire les murs ni poser les fondations. Donc, prends le temps de solidifier tes bases avant de te lancer dans le reste. Ça te permettra d'aller plus vite et plus loin, crois-moi !



MOIS 1

CLARIFIE LA MISSION DE TON ENTREPRISE

L'art de définir pourquoi tu te lèves le matin

Alors, pourquoi es-tu là, à rêver d'une entreprise florissante ? Si tu n'as pas encore clarifié ta mission, laisse-moi te dire que tu es sur le point de vivre une aventure excitante et parfois légèrement chaotique. Clarifier la mission de ton entreprise, c'est comme établir une carte routière avant de partir en road trip : ça te guide et t'évite de tourner en rond dans des impasses. Ta mission est le cœur battant de ton entreprise, le pourquoi derrière tout ce que tu fais.

- Que fais-tu, et pourquoi cela compte-t-il ?
- Quel changement cherches-tu à provoquer dans le monde ou chez les personnes avec qui tu travailles ?
- Quel impact souhaites-tu avoir ?

Imagine un instant que ton entreprise est un restaurant. Si tu ouvres un bistrot sans savoir si tu veux servir des burgers gourmets ou des plats végétaliens raffinés, tu risques de te retrouver avec une clientèle aussi confuse que toi.



Définir ta mission, c'est choisir ton menu, tes valeurs, et ta manière unique de régaler tes clients

Prenons l'exemple de Patagonia, une marque de vêtements de plein air : leur mission est de « sauver notre planète », et ils s'y tiennent avec passion, que ce soit à travers des produits durables ou des campagnes écologiques. En conséquence, ils attirent des clients qui partagent leur vision et se sentent investis dans leur mission.



Clarifier ta mission, c'est aussi se donner une direction claire et une motivation quotidienne. C'est ce qui te fera sortir du lit le matin avec l'énergie d'un café triple expresso.

Prends le temps de réfléchir à ce qui te fait vibrer et ce que tu veux réellement accomplir avec ton entreprise. Quand tu seras prête à te lancer, tu le feras avec une mission claire. Et crois-moi, c'est un excellent point de départ pour éviter les détours inutiles.

MOIS 1

DÉMARQUE-TOI AVEC UN POINT DE VUE UNIQUE

Quand on lance une entreprise, il est facile de se retrouver noyé dans un océan de concurrents, tous prêts à vendre à peu près la même chose que toi. Alors, comment te faire remarquer au milieu de cette marée d'offres similaires ? La réponse est simple : **adopte un point de vue unique.** Et attention, je ne parle pas de la "nouvelle idée révolutionnaire" qu'on trouve parfois dans les rêves les plus fous. Non, je parle de quelque chose de plus concret, qui te ressemble vraiment et qui résonne avec ton audience.

Par exemple, si tu lances une entreprise de coaching en bien-être, ne te contente pas de parler de la "gestion du stress". Sois celle qui a surmonté un stress insupportable et qui utilise des techniques inédites pour



aider ses clients à trouver un équilibre, avec une touche d'humour et de compassion qui te caractérise. C'est ça, ton point de vue unique. C'est ce qui te rend authentique et différente.

Trouve ce petit quelque chose qui te distingue, qui distingue ce que tu peux offrir et que les autres ne peuvent pas, que ce soit une approche innovante, une histoire personnelle inspirante ou un style de communication qui te ressemble. C'est ce point de vue unique qui captera l'attention de ton audience, qui leur donnera une raison de choisir ton offre plutôt que celle du voisin.

Tu peux trouver ton POV en complétant cette phrase :

« La meilleure façon d'atteindre _____ (le changement que tu souhaites apporter à tes clients) est de _____ ».

Ton point de vue est ce qui te rend unique dans ton entreprise – c'est TA façon d'aider les gens avec ce que tu fais. C'est ton approche. Ta perspective.

Un mot sur la peur de repousser les gens à cause d'un point de vue affirmé : oui, c'est effrayant d'avoir une opinion tranchée, et oui, certaines personnes ne l'apprécieront pas. Mais je peux te dire que c'est l'un des meilleurs moyens d'obtenir rapidement de l'adhésion dans ton business.

MOIS 1

IDENTIFIE CLAIREMENT TES CLIENTS

Une fois que tu sais ce que tu veux offrir aux gens et comment tu comptes le faire, TU PEUX enfin commencer à réfléchir à QUI tu veux cibler ! Beaucoup de gens se perdent dans le détail en créant le portrait de leur client idéal (tu sais, celui où tu décris minutieusement chaque aspect de cette personne, où elle fait ses courses, ce qu'elle aime, etc.). C'est top pour le branding et la rédaction, mais ce n'est PAS vraiment utile pour définir ta niche.

Pense plutôt à ta niche comme à un PROBLÈME que tu résous. Une fois que tu as ce problème en tête, il devient plus facile de déterminer QUI a ce problème. Tu peux ensuite affiner ce QUI en un groupe plus spécifique si tu le souhaites (mais ce n'est pas obligatoire !).

Compris ? C'est le problème qui compte, pas la personne.

Petit conseil :

Tout ce qu'on a vu précédemment - Ta Mission + POV + le public avec lequel tu travailles - ça constitue le message de ton entreprise, et ça compte BEAUCOUP.

MOIS 1

FAIS UNE RECHERCHE DE MARCHÉ POUR VALIDER TES IDÉES

Une fois que tu sais quel problème tu résous, avec qui tu veux bosser, et comment tu comptes faire les choses, la plupart des gens (à tort) se contentent de se demander s'il y a vraiment un marché pour ce qu'ils proposent. Ils essaient de deviner sans avoir de données concrètes, ce qui n'est jamais vraiment efficace.

Alors, au lieu de te lancer dans des suppositions, va directement discuter avec les personnes que tu veux aider. Découvre ce avec quoi elles galèrent, ce dont elles ont vraiment besoin, ce qu'elles désirent, et partage-leur tes idées ! Engage une vraie conversation pour entrer dans leur tête et vérifier que ce que tu souhaites créer est bien ce qu'elles recherchent.

Tu vas apprendre un tas de choses et obtenir une mine d'or de témoignages réels sur leurs problèmes - ce qui sera une aubaine pour ta rédaction, car maintenant tu pourras utiliser leurs propres mots pour expliquer comment tu peux les aider. Crois-moi, c'est comme voler les mots de leur bouche, mais en mieux !

MOIS 1

EXPLIQUE CE QUE TU FAIS DE MANIÈRE COMPRÉHENSIBLE

Si tu n'arrives pas à décrire tout ce que je viens de mentionner de manière claire et accrocheuse, tu risques de te retrouver dans une situation délicate, même si tu es super douée dans ce que tu fais. Certaines personnes brillantes n'ont pas de clients simplement parce qu'elles sont nulles à ce niveau-là. Assurons-nous que ça ne soit pas ton cas, d'accord ?

Commence par définir ta mission en une phrase accrocheuse. Par exemple, si tu lances une entreprise de coaching pour freelances, ne te contente pas de dire « Je fais du coaching ». Sois plus précise : « J'aide les freelances à structurer leur journée pour augmenter leur productivité sans sacrifier leur temps libre ». Voilà, c'est clair et ça donne immédiatement une idée de ce que tu apportes.





Quand tu expliques ce que tu fais, tu dois le faire de manière à ce que même ta grand-mère, qui pense que "le cloud" est un nouveau genre de sucrerie, puisse comprendre. Sois précise, utilise des mots simples, et surtout, montre comment ton produit ou service résout un problème concret. Par exemple, si tu vends des accessoires de yoga, dis clairement : "Je propose des tapis de yoga antidérapants pour éviter que tu glisses pendant tes séances de relaxation."

En gros, il faut que ta mission soit aussi limpide qu'une eau de source.

Si ton message est flou, tu risques de perdre l'attention de tes futurs clients, et ce n'est pas le but. En expliquant ce que tu fais de manière simple et compréhensible, tu fais en sorte que tout le monde puisse saisir l'essence de ton entreprise, créant ainsi une connexion instantanée avec ton audience.

DEUXIÈME MOIS

BÂTIR TON INFRASTRUCTURE DIGITALE

Crée les outils essentiels pour ton entreprise en ligne,
y compris ton site web et tes offres attractives.

A photograph of a brown tufted leather sofa in front of a window with blinds. The blinds are partially open, allowing light to filter through. The sofa is the central focus of the image.

02

BÂTIR TON INFRASTRUCTURE DIGITALE

Ce mois est dédié à la mise en place de ton infrastructure digitale. Tu construiras ton site web, mettras en place une liste de diffusion pour capter et fidéliser tes visiteurs, et développeras des offres irrésistibles pour attirer des clients. La création d'un freebie efficace sera également un point clé pour encourager les inscriptions et commencer la construction de ta communauté.

Maintenant que tes bases sont posées, que tu sais ce que tu fais, pour qui tu le fais et pourquoi, tu es prête à te lancer dans la mise en place de ton business et à préparer ta présence en ligne pour la montrer au monde ! Sans une super présence en ligne et des offres magnétiques à vendre, tous tes efforts marketing seront vains.

Que tu proposes des services ou des produits, c'est une étape incontournable pour attirer et convertir tes prospects.



MOIS 2

CRÉE TON SITE WEB ET UNE LISTE DE DIFFUSION

Allez, on entre dans le vif du sujet avec ce deuxième mois : créer ton site web et une liste de diffusion. Je sais, tu te dis peut-être que c'est un peu comme assembler un meuble IKEA sans notice, mais crois-moi, ces outils sont des alliés indispensables pour tout entrepreneur, qu'on soit dans les services ou la vente de produits.

Imagine que tu donnes des cours de poterie. À travers ton site vitrine, les prospects peuvent s'inscrire à tes cours, voir tes œuvres, prendre des commandes. Ton site vitrine n'a pas besoin d'être ultra sophistiqué. Il peut même faire office de portfolio.

Pour rédiger le contenu du site web : les pages dont tu auras besoin sont : À propos, Accueil, Services/Travaillons ensemble, Blog (facultatif mais très utile si tu veux mettre en avant ton expertise), Contacts.

Besoin d'aide pour construire un site vitrine à l'image de ta marque.

Quant à la liste de diffusion, c'est ta manière pour garder le contact avec tes clients et prospects. Elle est bien plus importante que tes abonnés sur les réseaux. Car au contraire des réseaux sociaux c'est ton seul moyen d'être en contact sans bugs indépendants de ta volonté, avec tes clients.

MOIS 2

DÉVELOPPE DES OFFRES ATTRACTIVES

Bon, passons aux choses sérieuses ! Maintenant que tu as mis en place ton site web, il est temps de peaufiner tes offres pour qu'elles soient aussi irrésistibles qu'un cupcake.

Pour commencer, pense à ce qui rend ton offre unique. Qu'est-ce qui te distingue des autres ? Peut-être proposes-tu des sessions de coaching ultra-personnalisées ou des produits faits main avec une touche personnelle. Mets en avant ce petit plus qui fera que tes prospects ne pourront pas résister. Par exemple, si tu vends des cours de poterie, pourquoi ne pas offrir un kit d'initiation gratuit avec chaque inscription ? Ou, si tu es assistante virtuelle, propose une première consultation gratuite pour montrer à quel point tu es une pro et pour voir si vous êtes faits pour travailler ensemble.



Vu que tu connais ton audience cible et leurs problèmes, tu peux commencer à créer des offres qui vont vraiment les aider. Commence avec au moins une option (mais pas plus de 3, histoire de ne pas te noyer sous les choix). Tes offres évolueront avec le temps (c'est totalement normal !), alors ne te prends pas trop la tête - lance-toi simplement avec quelque chose ! Crois-moi, j'ai créé des trucs que personne n'a jamais achetés... J'ai juste mis "épuisé" sur la page de vente et j'ai recommencé avec une nouvelle idée. Choisis une idée en te basant sur ta recherche et GO !

N'oublie pas d'offrir des promotions ou des bonus pour inciter à l'action. Les réductions limitées dans le temps ou les offres spéciales pour les premiers inscrits sont toujours un bon moyen de créer de l'urgence et de motiver les gens à ne pas laisser passer leur chance.

Enfin, assure-toi que le processus d'achat est simple et fluide. Rien de pire que de perdre une vente parce que le formulaire de commande est compliqué ! Sois clair sur les prix, les conditions, et les délais pour éviter toute confusion.





Crée un Freebie

Tu veux commencer à faire croître ta liste de diffusion, réunir tes prospects en un seul endroit ET prouver aux visiteurs de ton site que tu crées des choses géniales dont ils ont besoin. La meilleure façon de le faire est de créer quelque chose qui résout directement les problèmes de tes clients (ou plutôt une partie de leurs problèmes, si ton but est de les attirer vers ton offre).



Créer un freebie pour attirer des abonnés, c'est comme offrir un avant-goût irrésistible de ce que tu as à offrir — c'est ton ticket d'entrée pour capter l'attention de tes futurs clients.

Pour illustrer, prenons l'exemple d'une passionnée de poterie qui veut attirer des élèves à ses cours. Un freebie comme un e-book gratuit contenant des tutoriels de poterie pour débutants, ou une série de vidéos démonstratives, peut séduire tes prospects et leur donner un avant-goût de ton expertise. Avec

Avec un joli bouton "Télécharge ton guide maintenant" bien visible sur ton site, tu transformes chaque visiteur en un abonné potentiel. Et ne sous-estime pas l'importance d'un formulaire de contact ou d'un appel découverte — c'est souvent la clé pour convertir ces visiteurs en véritables clients.

D'autre part, imaginons une assistante virtuelle souhaitant développer sa clientèle. Un freebie sous forme de checklist intitulée "10 astuces pour optimiser votre gestion du temps" ou un modèle de planification gratuit est un excellent moyen de montrer ta valeur tout en offrant quelque chose d'utile. Ce guide pratique démontre non seulement ton savoir-faire, mais aide aussi tes abonnés à mieux gérer leur quotidien. En retour, ils verront la valeur que tu apportes et seront plus enclins à te solliciter pour tes services d'assistance lorsqu'ils auront besoin d'un coup de main professionnel.

Créer un freebie efficace, c'est un peu comme préparer une recette parfaite : il faut les bons ingrédients, une dose généreuse de créativité et, surtout, connaître ton public.

En bref, ton freebie est une manière stratégique et sympathique de faire une première impression. Il doit être suffisamment attrayant pour donner envie aux gens de te suivre, tout en offrant une valeur réelle qui démontre ce que tu sais faire.

A large, light gray, stylized number '3' is centered on the page, serving as a background for the text. The number is composed of two thick, curved strokes that meet at the top and bottom, creating a central white space where the text is placed.

TROISIÈME MOIS

PROPULSER TA VISIBILITÉ

Fais connaître ton entreprise en créant du contenu engageant et en te positionnant comme une voix influente dans ton domaine.



03

PROPULSER TA VISIBILITÉ

Au troisième mois, il est temps de sortir le grand jeu et de te faire remarquer. L'objectif est de propulser ta visibilité et d'attirer l'attention de ton audience cible. Tu commenceras par créer du contenu engageant et pertinent qui capte l'intérêt et l'attention de tes potentiels clients. Peu importe le réseau social que tu utilises, la clé de cette troisième partie est la constance et l'engagement.

Ah, le troisième mois, celui où tu arrêtes de rester dans l'ombre. Il est temps de te commercialiser, et cette phase sera continue.

Le marketing représentera environ 80 % de ton activité lorsque tu débuteras, alors apprends à en tomber amoureux dès maintenant !

Ce mois-ci, tu vas te concentrer sur l'augmentation de ta visibilité en créant du contenu captivant et en saisissant toutes les occasions pour te mettre en avant. Tous les éléments suivants ne sont que différentes manières de présenter ton entreprise aux personnes qui ont besoin de toi.



MOIS 3

CRÉE DU CONTENU CAPTIVANT

Tu dois avoir au moins un moyen de partager du contenu nouveau avec ton audience (blog, podcast, réseaux sociaux).

MAIS - contrairement à la plupart des entreprises qui passent des HEURES à bloguer ou à créer du contenu chaque semaine sans obtenir de résultats, tu vas faire les choses un peu différemment.

Ton but est de nourrir ton audience déjà présente (celle qui te suit depuis un moment ou qui se trouve dans ta liste de diffusion), mais aussi d'attirer de nouveaux regards sur ton entreprise.

Comment tu vas procéder ?

C'est là où le fameux freebie dont je t'ai parlé le mois précédent entre en jeu ! Les gens sont avides de contenu gratuit qui leur apporte quelque chose. Un peu comme quand on te fait goûter ces petits fromages gratuits au supermarché.

Voici une excellente manière d'offrir du contenu précieux gratuitement à tes abonnés tout en construisant ta liste de contacts :

Choisis un sujet spécifique qui résout directement l'un des problèmes de tes clients et propose une formation sous forme de webinaire (je sais, ça peut sembler ambitieux, mais je t'assure que tu peux le faire !).

Assure-toi de créer une inscription afin que les participants doivent s'inscrire pour obtenir les informations de connexion et l'enregistrement. Organiser un de ces webinaires tous les 2-3 mois est un bon point de départ.

Astuce essentielle pour le marketing et la création de contenu :

L'IMPORTANT est de maximiser ta visibilité auprès de nouvelles personnes - alors fais preuve de créativité ! Avec qui peux-tu collaborer pour offrir une formation gratuite à leur communauté ? Quels groupes Facebook sont remplis de tes clients idéaux ? Quels collègues ou même concurrents ont une audience qui pourrait bénéficier de ce que tu proposes, et comment peux-tu exploiter leur réseau ? Il n'existe pas de méthode UNIQUE pour cela, alors essaie différentes stratégies et découvre ce qui fonctionne le mieux pour ton business et ton audience spécifique !

Dès les premiers mois de mon lancement, j'ai créé une formation gratuite pour apprendre à créer sa micro-entreprise en 7 jours (TAKE A SEAT Challenge). Mes vidéos n'étaient pas d'une qualité exceptionnelle, ni dotées d'un décor sophistiqué. Néanmoins, la valeur que j'ai pu apporter à travers mon contenu a constitué ma première véritable audience.

Que tu aies une activité de vente de services ou de produits, tu as tout à fait la possibilité de créer un freebie qui apportera de la valeur à ton audience. Réfléchis à une problématique qui les touche directement.

C'est quoi le secret pour captiver ton audience sur les réseaux ?

C'est simple : il te faut du contenu qui fait mouche ! Ton objectif est de produire du contenu qui soit non seulement intéressant, mais aussi utile pour ton audience.

Alors attention, on a tendance à croire qu'il faut créer en fonction des tendances. Les tendances sont utiles pour te donner une directive sur la manière dont tu vas aborder ton sujet. Mais le sujet de ton contenu doit être totalement stratégique. Il doit répondre à une problématique de ton audience ou les conseiller

sur un outil utile dans ta niche, par exemple. Tout doit être tourné vers le fait que tu leur apportes de la valeur.

Exemple avec ce reel utilisant un son trendy mais dont le message est clair et reste dans la niche de mon audience.

Et puis il y a le **HOOK**. Cette phrase d'accroche conçue pour capter immédiatement l'attention du public est ultra importante dans ta création de contenu. C'est grâce à lui qu'un prospect va cliquer sur ton contenu. Par la suite, qu'est-ce qui peut t'aider à le transformer en client ? Le **CTA**, ou "Call-To-Action". C'est une incitation claire que tu donnes à tes lecteurs.



pour les encourager à entreprendre une action spécifique après avoir consommé ton contenu.

Même s'il y a des dizaines, voire des centaines d'autres entrepreneurs qui proposent la même chose que toi, ta voix, ta personnalité et ta manière d'apporter ton expertise peuvent faire toute la différence.

Ne sois pas timide pour montrer ta personnalité. Les gens se connectent avec des personnes, pas avec des marques impersonnelles. Si tu es passionnée par ce que tu fais, laisse-le transparaître dans tes interventions. Une bonne dose d'authenticité et un sourire sincère feront plus pour ta réputation que des discours trop polis.



LISTE D'OUTILS

Liste d'outils numérique utiles pour ton business

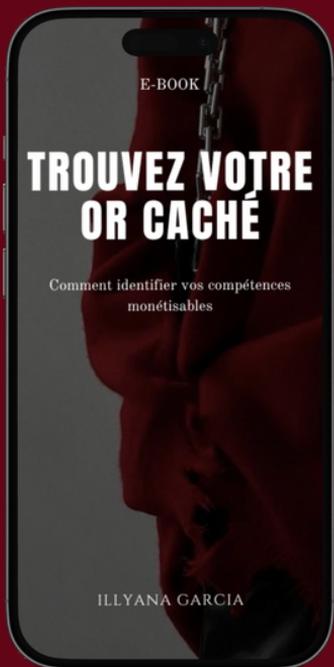
FINI !

Je veux dire, ce n'est pas fini pour toujours... Le problème avec les affaires, c'est qu'il y a TOUJOURS plus à faire. J'espère cependant que cette liste de vérification t'a permis de commencer sur de bonnes bases, avec une solide fondation pour aller de l'avant. La clé dans ce domaine est de ne pas TROP "surfléchir" à tout. L'action engendre la clarté, qui engendre la confiance, qui engendre des actions encore plus grandes — ce qui engendre des résultats, des clients et des revenus. Mais il faut vraiment que tu FASSES les choses pour que la machine se mette en marche !

Découvre mes ressources qui peuvent t'aider à construire ENFIN le business dont tu rêves tant !

RESSOURCES

POUR TON BUSINESS



EBOOK:

Trouver votre or caché

Découvre comment monétiser tes compétences et ce qui te passionne. Et prend les choses en main pour atteindre ta liberté financière !

[CLIQUE ICI](#)

EBOOK :

Créatrice de Revenus

Ebook, cours en ligne, ... Utilise ton ton expertise pour créer ton premier produit digital et ajouter des revenus passifs à ton business.

[CLIQUE ICI](#)



RESSOURCES

POUR TON BUSINESS



TAKE A SEAT : 7 jours pour créer sa micro

Un challenge d'1 semaine pour explorer les étapes clés de la création d'une micro-entreprise, du développement de ton idée à la mise en place de tes premières stratégies.

[CLIQUE ICI](#)



PACK DE DÉMARRAGE

Accélère le lancement de ton entreprise avec ce pack complet, comprenant des 10 outils essentiels à ton lancement (modèles de devis, facture, contrat, checklist, ...)

[CLIQUE ICI](#)



MERCI !

Des questions à propos de mes services
? Besoin de conseils ?

Contacte-moi !

[SITE WEB](#)

[INSTAGRAM](#)

[PINTEREST](#)

[YOUTUBE](#)