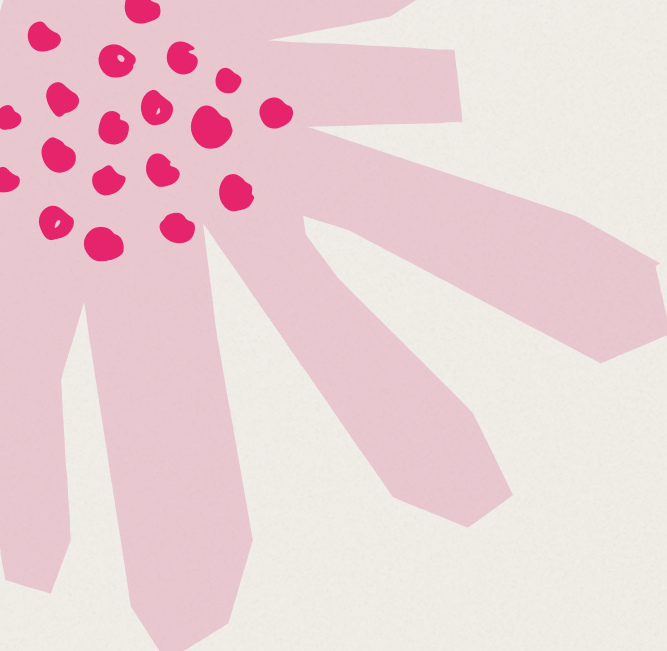




EBOOK



15 étapes concrètes pour développer ton activité de **thérapeute**



Hello,

Nous sommes ravies de t'accompagner à développer ton entreprise grâce à cet ebook !

Moi c'est Laura, je suis formatrice et mentor pour les entrepreneures du bien-être (thérapeutes, coachs, profs de yoga...) depuis 2017. J'aide mes clientes à communiquer et à vendre leurs services de manière éthique et minimaliste !

Et moi c'est Julie, naturopathe, je vis à 100 % de mon activité depuis plus de 5 ans. Mais cela a été très difficile en sortant de l'école...car j'étais seule et personne ne m'avait appris à gérer une entreprise. Aujourd'hui, cela me tient à cœur de partager mon expérience et mes connaissances, afin que chaque thérapeute puisse vivre de sa passion.

Parce que la communication et la vente ne sont innées pour personne, c'est normal si aujourd'hui tu n'y arrives pas, les formations de thérapeutes ne forment pas à devenir entrepreneure.

Notre méthodologie repose sur la connaissance de soi, des fondations solides et le passage à l'action.

Laura et Julie





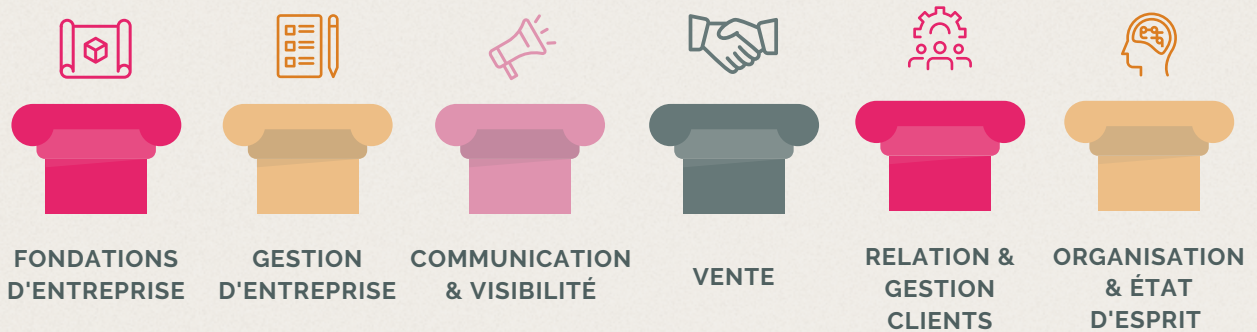
Ce que tu vas trouver dans cet ebook :

Les exercices que tu vas découvrir sont un aperçu du travail que nous faisons avec mes clientes.

Nous t'encourageons à faire ce travail réellement, c'est-à-dire à vraiment prendre le temps de te poser et d'écrire tes réponses. Pas juste parcourir ce document en 10 min en faisant les exercices dans ta tête.

Si tu veux développer ton entreprise, il n'y a pas de secret : ça va demander du travail !

Les exercices sont répartis en 6 catégories qui constituent les 6 piliers du développement d'entreprise :



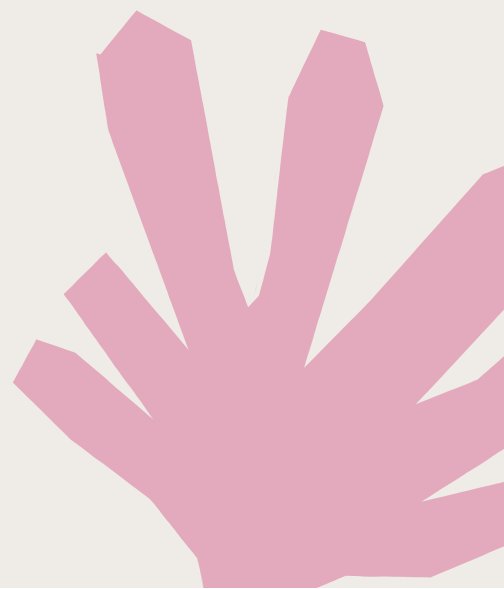
Alors c'est parti, bon travail

PS : N'hésite pas à te prendre en photo en train de travailler sur les exercices et à partager en story en nous taguant [@laura.entrepreneure.engagee](https://www.instagram.com/laura.entrepreneure.engagee) pour que nous puissions t'encourager !💖



FONDATIONS D'ENTREPRISE

GRAINESDETHÉRAPEUTES.FR





1. TE CONNAÎTRE

Te connaître, c'est la base !

Tu es maintenant **chef.fe d'entreprise** et si tu débutes ton entreprise repose entièrement sur toi.

Il est important que **tu te connaisses** et que **tu connaisses ton fonctionnement** pour gérer au mieux **ton énergie, les projets** qui vont se présenter et prendre **les meilleures décisions**.





EXERCICE

Pour te connaître mieux, nous te recommandons le **test 16 personnalités**, le **test de l'ennéagramme** et le **test du human design**.

Tu peux faire les 3 ou bien celui que te parle le plus.

Tu pourras ensuite te renseigner davantage sur ton profil.

Mon type 16 personnalités :

Mon type enneagramme :

Mon profil Human Design :

**Ce que je retiens de ces informations,
quels sont mes points forts :**





2. DÉFINIR TA VISION

Ta vision c'est là où **tu veux aller**, là où **tu te vois dans plusieurs années**.

Comment ton entreprise et ta vie personnelle sont-elles imbriquées ? Comment ton entreprise soutient ta vie personnelle ?

Avoir **une vision claire** te permettra de **prendre les meilleures décisions stratégiques** pour ton entreprise et **te simplifiera les choix** : comment développer ton entreprise, où et comment communiquer, quels types d'offres développer...





EXERCICE

Quelle est **ta vie rêvée** ?

Décris **une journée type** de ta vie de rêve. Fais-le comme s'il n'y avait **aucun obstacle**, **aucune limite de temps** ou d'**argent**. Écris tout au présent comme si c'était déjà la réalité.

Décris la journée **depuis le réveil jusqu'au coucher** : que fais-tu, que vois-tu, où es-tu, avec qui es-tu ?

Utilises tes **5 sens** : que manges tu, quelles odeurs sont présentes, que ressens-tu...

Ma vie rêvée :





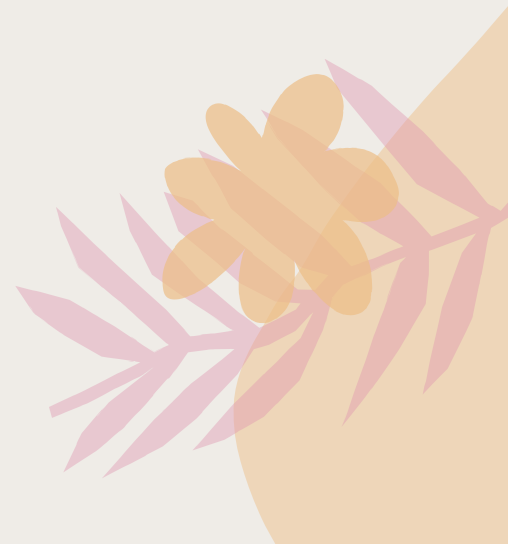
3. DÉFINIS TON POURQUOI

Ton pourquoi est **ta boussole** et **ta motivation** à te lever le matin, à faire ce que tu fais.

Ton pourquoi est **unique** et **intemporel**. C'est le ciment de ton activité et même de toutes les décisions de ta vie.

Peu importe ton activité, peu importe si tu en changes, du moment que **ça satisfait ton pourquoi**.

Connaitre ton pourquoi te permet de **rester motivée** dans les moments de doutes et de déception...





EXERCICE

Réponds à ces questions pour mettre le doigt sur **ton pourquoi** :

- Identifie des **moments de ta vie** où tu as eu le sentiment d'être **pleinement à ta place**
- Liste **les valeurs** qui sont **importantes pour toi**
- Qu'est-ce qui te donne réellement **envie de te lever le matin** ?
- Pourquoi veux-tu que l'on se **souviennne de toi** ? (quand tu seras décédée et que l'on te mentionnera)
- Si tu le pouvais, **que changerais-tu dans le Monde** ?

Mon pourquoi :





4. TE DIFFÉRENCIER, TE SPÉCIALISER

L'**erreur** que l'on fait toutes au début c'est que l'**on ne veut pas se spécialiser** : on pense que l'on aura moins de client(es) en le faisant.

C'est exactement l'inverse ! Comme tu dois le savoir "s'adresser à tout le monde c'est s'adresser à personne !".

En t'adressant à tout le monde, tu auras un message **général** et **uniformisé**, ce qui fait que **personne** ne pourra vraiment s'identifier à ce que tu partages.

En te **spécialisant**, tu attireras à toi **des personnes recherchant spécifiquement** ce que tu proposes.





EXERCICE

Tu peux te différencier selon **3 critères**, nous te proposons d'en choisir un et de l'expliciter :

- par rapport à **ton offre** et à ce que **tu proposes**
- par rapport à **ton.ta client.e préféré.e** (problèmes et caractéristiques)
- par rapport à **ta personnalité et tes valeurs**

Je choisis de me différencier en ... :





5. DÉFINIR TON CLIENT DE CŒUR

C'est **une étape importante** et **souvent négligée**, il ne s'agit pas de faire une étude de marché ni de définir la catégorie socio professionnelle et la situation maritale de tes futur.es client.es... non !

Il s'agit simplement de **les connaître** pour pouvoir **les comprendre** et faire **preuve d'empathie**.

Nous sommes persuadées que pour aider quelqu'un il faut **le connaître et le comprendre**.





EXERCICE

Décris **ton client de cœur**, la personne que tu aimerais et pourrais **aider**, **décris-la** le plus possible en incluant ces éléments : dans quelle situation se trouve-t-elle ? De quoi a-t-elle besoin ? Qu'est ce qui la bloque ? Quelles erreurs fait-elle ?

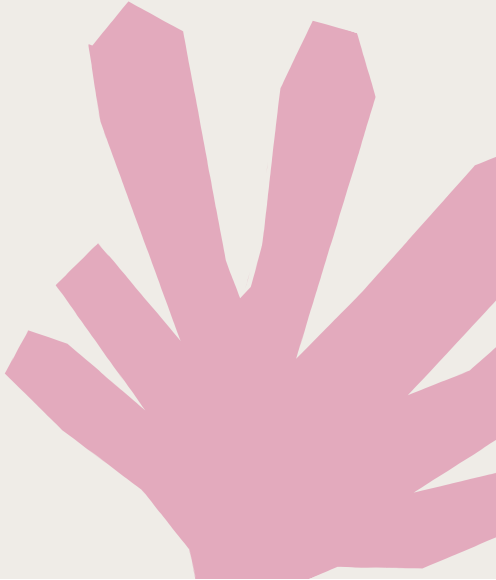
Mon client de cœur :





GESTION D'ENTREPRISE

GRAINESDETHÉRAPEUTES.FR





6. CRÉER DES OFFRES PERTINENTES

L'idée est de **créer une offre** non pas parce que tout le monde la propose mais parce qu'**elle répond à un besoin**, parce qu'elle peut réellement **aider ton client de cœur** (cf point précédent).

Est-ce qu'une seule séance avec toi permet vraiment à ton.ta client.e d'obtenir des résultats ? De se débarrasser de ses problèmes ?

Par exemple, si tu as une double activité, l'**erreur** est de proposer d'un côté **des séances de naturopathie** et de l'autre **des séances de coaching**. Alors que les **deux sont complémentaires !**





EXERCICE

Reprends tes réponses à l'exercice précédent, connecte-toi avec ton client de cœur et **écris l'offre qui te permettra de réellement l'aider**. Combien de séances, quels outils tu lui proposes (mélange tes outils comme expliqué juste au dessus), combien de temps, quel espacement entre les séances, les séances sont elles en cabinet, en visio ? Proposes tu un support supplémentaire par mail ou téléphone ?

Ecris le plus de **détails possibles**, ton offre doit **vibrer** en toi, tu dois vraiment avoir le **sentiment de réellement aider ton.ta client.e**

Mon offre :

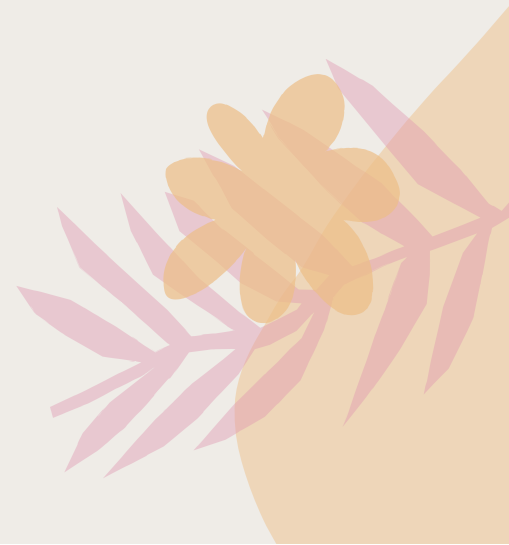




7. DÉFINIR DES TARIFS POUR ÊTRE RENTABLE

La plupart des thérapeutes **ne vivent pas de leur activité** car ils.elles continuent de proposer des séances à l'unité qui **n'aident pas les client.es** et **ont peu de valeur**.

Forcément, il est difficile de tarifier cher une seule séance qui **n'apporte pas de résultats** à un.e client.e.





EXERCICE

Reprends l'offre que tu as détaillée au point précédent et **détermine un prix** qui te semble **juste** pour cette offre.

Le tarifs de mon offre :

Le CA que j'aimerais générer mensuellement :

Le nombre de client.es qu'il me faut par mois pour générer ce CA avec le prix de mon offre (si ton offre est sur plusieurs mois, fais les calculs nécessaires) :

Le temps que je vais devoir consacrer à ma clientèle par mois (le nombre d'heures approximatif que tu vas passer avec le nombre de client.es que tu viens de définir) :





EXERCICE (SUITE)

Est-ce que cela me semble réaliste en termes de client.es à attirer chaque mois et en nombre d'heures passées avec chaque client.e (sachant que tout ton temps ne peut pas être consacré à ta clientèle puisque tu dois aussi t'occuper de l'administratif et de ta communication) ?

☐

OUI

☐

NON

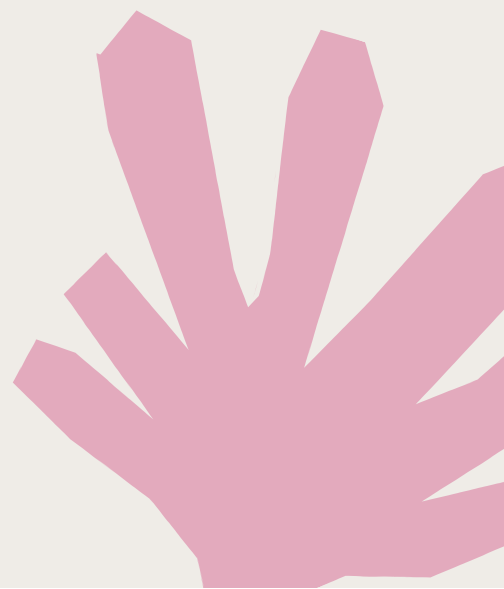
Si oui, tant mieux !! Si non, il faut peut-être que tu revoies ton tarif (en général à la hausse !).
Le tarif définit que je définis pour mon offre :





COMMUNICATION & VISIBILITÉ

GRAINESDETHÉRAPEUTES.FR





8. DÉFINIR UN PLAN DE COMMUNICATION

Il y a 1001 façons de communiquer pour **se faire connaître**, l'idée est de choisir **une stratégie qui te corresponde** et non pas de répliquer celle qui fonctionnent pour la voisine. TOUTES les stratégies fonctionnent, mais pour que ça fonctionne pour **TOI** il faut que **tu y prennes du plaisir** :)

Il existe 2 grands types de stratégies : **le démarchage** (appelé outbound marketing) et **la création de contenus** (appelé inbound marketing).

Le démarchage consiste à aller à la rencontre de **partenaires** ou de **clients potentiels** et de **leur présenter directement tes services**. Cela nécessite d'être **à l'aise avec la vente** et de savoir faire preuve de "**culot**", mais aussi d'**accepter les (nombreux) refus**. Si tu es plutôt du genre à te faire tout.e petit.e et à ne pas faire de vagues, ce ne sera pas la meilleure stratégie pour toi.





8. DÉFINIR UN PLAN DE COMMUNICATION (SUITE)

La création de contenus consiste à **créer des contenus gratuitement** (sur internet généralement mais il peut aussi s'agir d'ateliers gratuits ou d'interventions gratuites) qui répondent au **besoin de ton futur.e client.e**. L'idée est de **lui apporter des conseils**, et de **l'aider gratuitement** pour lui donner un échantillon de ce que tu peux faire et lui donner envie de travailler avec toi.

Les deux méthodes sont bien sûrs **combinables** !
À titre personnel, nous préférons la 2ème méthode qui nous paraît **plus douce** et permet d'avoir des résultats sur le **long terme** : un contenu créé il y a 6 mois peut attirer un nouveau client, avec le démarchage il faut constamment fournir l'action de démarcher.





EXERCICE

Cet exercice est simple, **note** simplement toutes les façons que tu as envie **de mettre en place** pour **te faire connaître**, détaille le plus possible. Par exemple : sur quels réseaux veux-tu être présent.e, as-tu envie de démarcher, si oui quels types de personnes, etc.

Ma stratégie de communication :



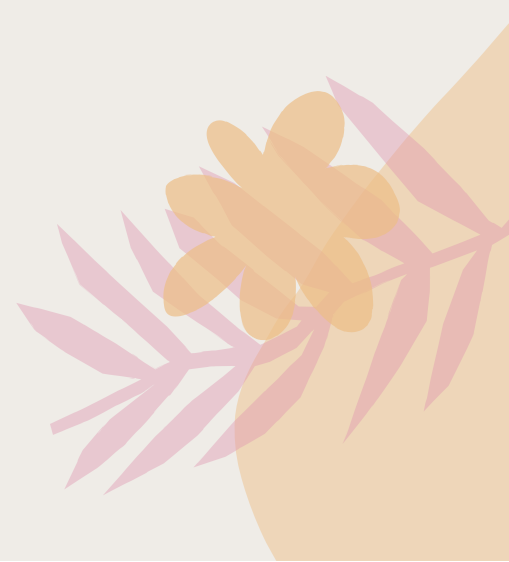


9. INSTAGRAM

Tu dois le savoir, **Instagram** est notre réseau social préféré, notre quasi unique **moyen d'acquisition de client.es**.

Nous te proposons donc un exercice pour **améliorer ton profil Instagram**.

Ton profil est ce qui va **donner envie** à une personne de **s'abonner à ton compte**. Tu auras beau avoir de la visibilité, si les gens arrivent sur ton profil et s'en vont car ça ne leur parle pas, tu auras du mal à avoir **une audience**, et donc **des clients**.

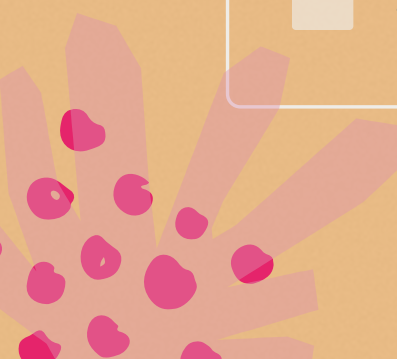




EXERCICE

Coche simplement les propositions qui sont **validées** et fais les **changements nécessaires** pour tout valider

- ☐ Ton nom d'utilisateur : il faut qu'il soit simple, facile et pas trop long ! (ton nom, prénom, ton entreprise...)
- ☐ Ton nom en dessous : nous te conseillons de mettre ton prénom car c'est ce qui apparaît dans les MPs. Puis à côté, mets ton activité ou des mots-clés en rapport
- ☐ Ta photo de profil : mets une photo de toi et de bonne qualité plutôt qu'un logo. Mets un fond coloré pour que ton visage ressorte.
- ☐ Ta biographie : idéalement indiques ce que tu fais, à qui tu t'adresses, comment tu aides les gens et comment tu le fais différemment des autres
- ☐ Mets un appel à l'action qui donne envie de cliquer sur le lien de ta bio (télécharger un contenu gratuit, découvrir un service...)
- ☐ Pense à inclure ton adresse mail et ta localisation

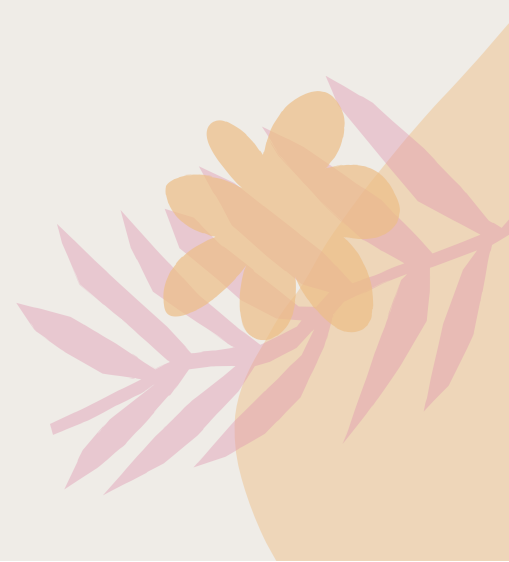




10. TON SITE INTERNET

La plupart des thérapeutes **ont maintenant un site internet**. Ce n'est pas obligatoire mais ce n'est pas **un prérequis pour avoir des client.es**, et surtout ce n'est pas suffisant !!

Cela dit, un site internet permet d'avoir **une image professionnelle** (si celui-ci est bien fait) et de **renseigner un.e client.e potentiel.le** qui aurait des questions.





EXERCICE

Si tu as déjà **un site internet**, nous te proposons de réaliser un **petit audit** de celui-ci, l'idée est de cocher le plus de cases possibles et d'améliorer les propositions que tu n'auras pas cochées :)

Si tu n'en as pas encore, tu sauras **quoi inclure sur ton futur site** pour qu'il serve **ton image**.

Il ne s'agit que de quelques éléments, il y en a beaucoup d'autres mais si tu as tout coché ce sera déjà pas mal :)

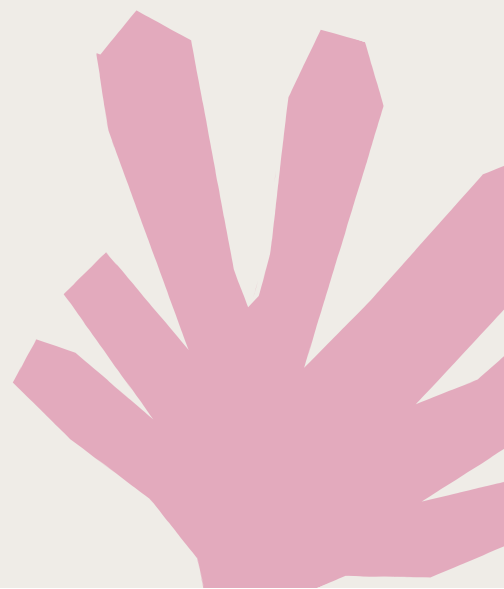
- ☐ La partie haute de mon site (sous le logo et le menu) contient une photo de moi et ce que je fais
- ☐ Les informations pour me contacter et prendre RDV sont facilement accessibles
- ☐ J'indique clairement à qui je m'adresse, quelle problématique je résous (et non pas juste dire ce que je fais, mais bien pour QUI je le fais)
- ☐ J'ai un moyen de recontacter les gens qui passent sur mon site : proposition d'inscription à une newsletter ou téléchargement d'un contenu gratuit
- ☐ Mon site comporte les informations légales et de sécurité : avertissement des cookies, mentions légales, politique de confidentialité, conditions générales de vente, certificat SSL (cadenas vert de sécurité dans la barre d'adresse)





VENTE

GRAINESDETHÉRAPEUTES.FR





11. SAVOIR VENDRE

La vente est souvent **un point bloquant** chez les thérapeutes. On n'ose pas, on a peur de passer pour un.e marchand.e de tapis, on ne sait pas faire... Et c'est normal ! Personne ne naît en sachant vendre (enfin je ne pense pas...).

Vendre c'est simplement **offrir à quelqu'un ce que tu sais faire**, en étant **rémunérée** car ce sont ainsi que les échanges fonctionnent aujourd'hui.

Mais surtout, pour vendre tu n'as pas besoin de convaincre, tu as juste besoin **d'expliquer** à la personne **en quoi tu peux l'aider**.

Evidemment il y a plusieurs **astuces** et **techniques** pour communiquer sur tes offres et donc les vendre, de façon **éthique** !





EXERCICE

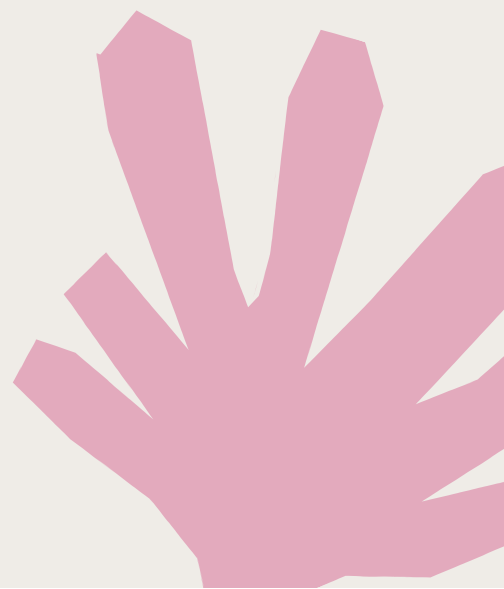
Nous te proposons un exercice simple, **connecte-toi à ton.ta client.e de cœur**, imagine cette personne en face de toi et imagine que c'est quelqu'un de ton entourage, quelqu'un que tu aimes et que tu veux réellement aider, pas à qui tu veux vendre ton offre mais que **tu veux aider à aller mieux, à atteindre ses objectifs**.

Que lui dirais-tu ?





RELATION & GESTION CLIENTS





12. PROPOSER LA MEILLEURE EXPÉRIENCE POSSIBLE

Tes client.es constituent ta meilleure **stratégie de communication**
via **le bouche à oreilles**.

Mais pour qu'ils aient naturellement envie de te recommander il
faut que tu leur proposes **la meilleure expérience possible**.

Pour cela un seul conseil : **promets moins, délivre plus**.

Qu'est ce que ça signifie ? Au lieu d'avancer tout un tas
d'arguments et de promesses que tu ne pourras pas tenir pour
vendre tes services, **tiens toi au minimum dans ta communication**.

Et une fois que tu as des client.es, donne leur **10 fois plus** que ce
pour quoi ils ont payé !

Ça peut sembler contre productif mais je t'assure que surtout si tu
commences, c'est la meilleure chose à faire.

Plus tes client.es sont content.es, plus ils ont de résultats, plus tu
prends **confiance en toi**, plus tu as de **retours positifs**... et plus tu
auras **d'autres client.es** !





EXERCICE

Réfléchis à des petites choses que tu pourrais **inclure dans tes offres**, mais que tu ne mentionneras pas au moment de la présentation de ton service. Des petits **bonus surprises**.

Par exemple : une séance de clôture offerte, un produit offert en rapport avec ton activité (un complément alimentaire, une huile de massage...), un support supplémentaire que tu n'avais pas annoncé (réponse à toutes les questions par mail ou SMS au quotidien), un support écrit (des recettes, une liste de menus...), un support audio (méditation, autohypnose...)

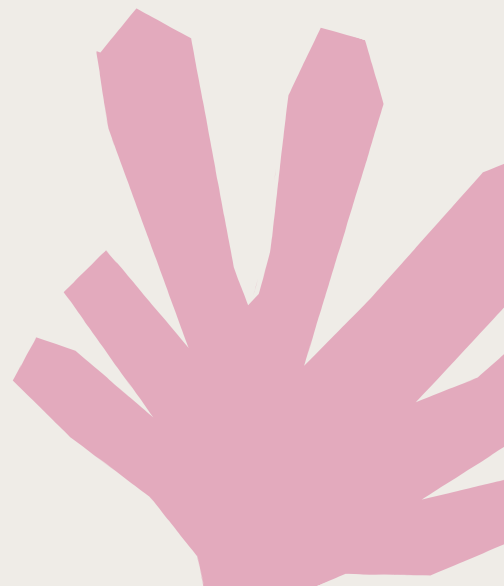
Ce que je peux offrir à mes client.es pour améliorer leur expérience avec moi :





ORGANISATION & ÉTAT D'ESPRIT

GRAINESDETHÉRAPEUTES.FR



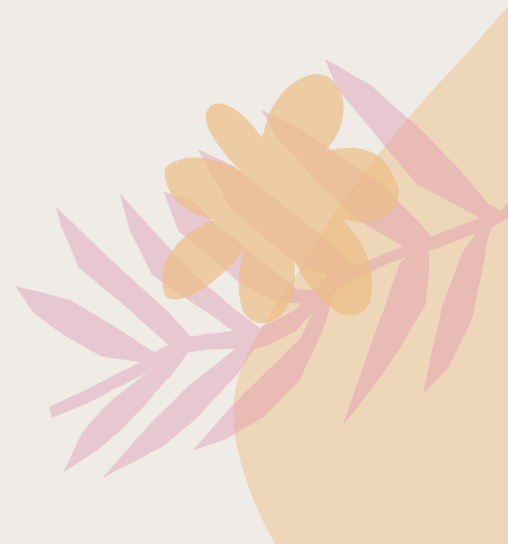


13. AVOIR LE TEMPS

Souvent, nous entendons de la part de thérapeutes qu'elles **n'ont pas le temps de communiquer et de créer du contenu pour Instagram.**

De deux choses l'une, soit ton agenda est rempli de client.es et éventuellement tu n'as pas le temps de communiquer, mais de toute façon **tu n'en as pas besoin...**
Soit tu n'as pas de client.es et donc **tu n'as en théorie que ça à faire !**

Souvent on se sent débordé.e pour pas grand-chose.
L'**erreur** est de passer du temps sur **des choses inutiles** qui ne nous **rapporte rien** (par exemple réfléchir 3 mois au design de sa carte de visite ou scroller sur Instagram 3h par jour).





EXERCICE

Pendant quelques jours **note TOUT ce que tu fais dans ta journée**. Que ce soit consulter tes mails, manger, être sur Instagram, faire de la compta...

A la fin de la journée reprends ta liste et **note chaque action** en fonction de **2 critères** : la joie/le bonheur/le bien-être qu'elle t'a procurée (de 0 à 3 cœurs) et l'argent/la clientèle/la visibilité qu'elle t'a rapportée (de 0 à 3 étoiles).

Regarde ta liste et essaie d'**éliminer les tâches** qui ont 0 cœur ou 0 étoiles ou celles qui en ont le moins.

Évidemment, il y a des choses comme aller aux toilettes qui peut être ne t'apportent ni joie ni clientèle mais qui sont quand même nécessaires hihi.

Sois honnête ! Par exemple : faire des cartes de visite, peut te rapporter des clients dans l'absolu. Mais y passer 3h tous les jours pendant 1 semaine, est-ce utile ?

Comparé à d'autres tâches que tu aurais pu faire comme passer 2h à réaliser tes cartes puis 3h à les distribuer ?

L'**objectif** n'est pas de tomber dans l'efficacité absolue et de n'avoir que des tâches en lien avec les ventes et la clientèle. Les tâches qui te procurent de **la joie** et participent à **ton bien-être** sont tout autant **importantes** !





14. VOULOIR SAVOIR "COMMENT" ON VA Y ARRIVER

L'**erreur n°1** qui peut te freiner est de passer ta vie à te demander « comment vais-je y arriver ? ».

Ce « comment » **t'empêche de passer à l'action** tant que tu n'as pas le mode d'emploi précis.

Mais tu sais quoi ? Même le plan le plus détaillé possible, même les meilleures connaissances du monde ne remplaceront jamais **le passage à l'action** et **l'expérimentation**.

En réalité, il te suffit juste d'avoir **assez confiance** pour **faire le premier pas**, sachant qu'il va te mener au deuxième puis au troisième et que petit à petit ils vont te mener à **ton objectif**. Tu n'as pas besoin de connaître toutes les étapes à l'avance. Juste la première. Et en la faisant la deuxième se présentera à toi ;)





EXERCICE

Qu'est-ce que tu peux faire dès aujourd'hui, **quelle action**, aussi petite soit-elle peux-tu réaliser dès maintenant, qui va te permettre de **te rapprocher de ton objectif** ?
Choisis **une action concrète**, l'idée est d'arrêter de procrastiner et de te la jouer petit. Un bonus s'il s'agit d'une action qui te sort de **ta zone de confort** ;)

La 1ère action que je mets en place :



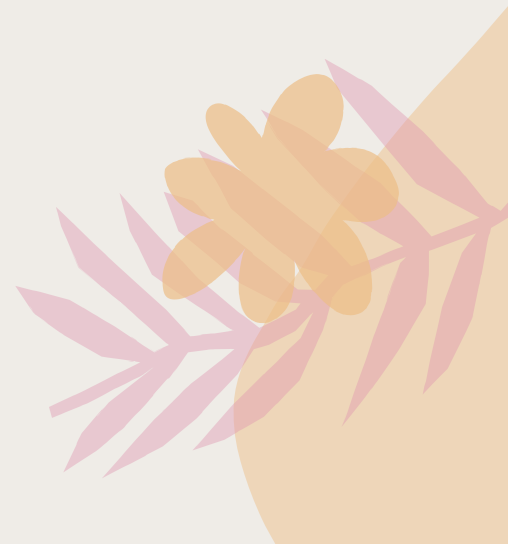


15. LA GRATITUDE

L'entrepreneuriat est un long chemin semé d'embûches, ce n'est pas un sprint mais **un marathon**. Il faut pouvoir tenir dans la durée, malgré les obstacles, et nous pouvons te garantir qu'il y en aura !

Vouloir éviter les obstacles est vain, il faut plutôt **apprendre à rebondir**.

Pour cela nous te proposons de **cultiver la gratitude au quotidien**. Pouvoir trouver des choses pour lesquelles on peut dire merci, même et surtout quand on vient de passer une journée pourrie, est primordial pour rester **motivé.e**.





EXERCICE

Nous te proposons **2 exercices**, tu peux en faire un ou les deux.

- **Écris 100 gratitudes**, oui 100 ! C'est un gros chiffre qui peut faire peur, mais quand on y réfléchit il y a tellement de choses pour lesquelles éprouver de **la gratitude** : avoir accès à l'eau chaude et à l'eau potable par exemple. Ce qui n'est pas le cas de tout le monde. Pense à des choses de la vie quotidienne et des choses **liées à ton activité**.

- **Avoir un carnet d'entreprise** dans lequel tu écris tous les jours, ou presque, **les obstacles** que tu as rencontrés mais aussi **tes victoires**, au moins une par jour. Il peut s'agir d'un.e nouvel.le client.e mais aussi d'un.e nouvel.le abonné.e, d'avoir écrit un post, d'avoir discuté avec une personne intéressante en lien avec son entreprise...





Bravo à toi !

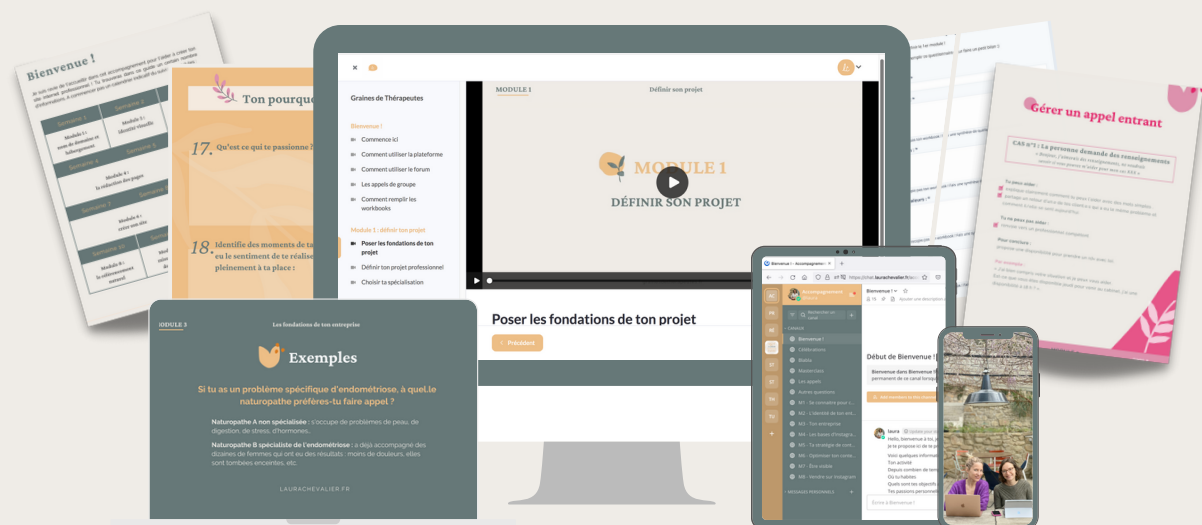
Nous te félicitons chaleureusement d'être parvenu.e à la fin de cet ebook et d'avoir réalisé tous les exercices ! (bah oui sinon ça sert pas à grand-chose...)

Avec ce travail et ce que tu vas mettre en place tu vas déjà voir des changements dans ton entreprise.

Si tu ressens l'envie d'aller plus loin, tu peux nous retrouver dans notre programme **Graines de Thérapeutes** ! C'est 4 mois d'accompagnement pour t'aider à concrètement vivre de ton activité. Ensemble, nous allons poser toutes les fondations nécessaires au développement d'une activité de thérapeute pérenne et épanouissante, sans s'épuiser !

Hésite pas à nous contacter si tu as des questions.

À très vite !



GRAINESDETHERAPEUTES.FR

