

Fiona Picoli

Carnet de bord

spécial entrepreneur

Ton allié pour planifier,
organiser et piloter ton activité

pendant
12 mois

DBS

Fiona Picoli

Carnet de bord

spécial entrepreneur

Ton allié pour planifier,
organiser et piloter ton activité

pendant
12 mois

DBS

Conception graphique couverture et intérieure : Marion Alfano

© De Boeck Supérieur s.a., 2025
Rue du Bosquet, 7 – B-1348 Louvain-la-Neuve

Tous droits réservés pour tous pays.

Il est interdit, sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, de reproduire (notamment par photocopie) partiellement ou totalement le présent ouvrage, de le stocker dans une banque de données ou de le communiquer au public, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit.

Dépôt légal :
Bibliothèque nationale, Paris : janvier 2025
Bibliothèque royale de Belgique, Bruxelles : 2025/13647/035

978-2-8073-6723-4



Ce carnet n'est pas un énième agenda ou planner classique, c'est un véritable copilote conçu pour t'accompagner dans chaque aspect de ton activité.

Plus qu'un simple support pour organiser tes tâches quotidiennes, c'est l'outil qui te permettra d'avoir une vue d'ensemble sur ton business tout en te guidant à travers des séances d'introspection, d'apprentissage et de planification stratégique.

CE QUI LE REND UNIQUE :

- * **Un espace pour l'introspection :** grâce aux questions ciblées, ce carnet te pousse à réfléchir en profondeur sur ton activité, tes objectifs et tes envies. Il te donne l'occasion de prendre du recul sur ton activité, de corriger ce qui ne fonctionne pas et de renforcer tes points forts.
- * **Un guide pratique pour piloter ton business :** tu y trouveras l'essentiel pour centraliser toutes les dimensions de ton entreprise. De la gestion de ton offre à l'organisation de tes finances, en passant par l'élaboration de ta stratégie de contenu et l'analyse de tes résultats, ce carnet te donne les outils nécessaires pour avancer sereinement et efficacement.
- * **Un support pour atteindre tes objectifs de manière fluide :** l'objectif est de t'aider à progresser sans te surcharger, avec des actions claires, qui respectent tes priorités et ta vision.
- * **Un moyen de centraliser ta gestion sur papier :** en gardant tout au même endroit, tu peux facilement suivre l'évolution de ton business. Plus besoin de t'éparpiller dans différents outils : tout est ici, bien organisé, pour te permettre de piloter chaque étape de ton activité de façon structurée.

Avec ce carnet, tu as entre les mains un outil complet, à la fois introspectif, pratique et stratégique, pour gérer ton entreprise dans son ensemble.

CE CARNET VA DEVENIR TON MEILLEUR ALLIÉ !



WARNING - WARNING - WARNING - WARNING - WARNING - WARNING -
WARNING - WARNING - WARNING - WARNING - WARNING - WARNING

Ce carnet n'est pas fait pour être planqué au fond d'un tiroir ni pour décorer ton bureau...

(Je te vois venir !)

Être entrepreneur, c'est se bouger, se responsabiliser et assumer ses ambitions.

Ce carnet est là pour ça : il te rappelle que ce sont tes petites actions régulières, ta discipline, qui t'emmèneront droit vers tes objectifs. Parce que OUI, chaque mini pas compte !

Imagine : si chaque semaine, tu réservais un créneau juste pour ton business. Un moment à toi pour poser les choses, y réfléchir, ajuster ton cap, et te remettre en mode « c'est moi le/la boss » !

Alors, voilà ton défi (si tu l'acceptes) : mets une alarme chaque vendredi ! Prends ce rendez-vous hebdo avec ton carnet, comme avec un VIP. Ce moment-là, c'est ton espace pour tout aligner, pour penser stratégie, pour nourrir ton projet.

Parce qu'on le sait bien : réussir, c'est aussi prendre du temps pour soi, pour son business, et pour avancer avec clarté.

Mais pas de panique, tu n'es pas seul-e : chaque page est là pour te guider, t'orienter, et te rappeler où tu veux aller et comment t'y rendre.



PHRASE À LIRE ET À SE RÉPÉTER



« Je prends ce carnet et je me prouve que je suis là pour réussir. Chaque page, chaque semaine, c'est moi qui décide de ne plus attendre, de ne plus me cacher. Je veux des résultats ? Alors je m'en donne les moyens. Pas de place pour les excuses ! Si je veux du changement, c'est maintenant. »



SOMMAIRE

PARTIE 1 :

Travailler sur son business et faire un diagnostic..... 6

CLARIFIER TA VISION..... 8

TRAVAILLER TON BRANDING..... 17

TON CLIENT IDÉAL..... 19

CRÉE LA CARTE D'IDENTITÉ DE TON BUSINESS..... 20

FAIRE UNE ANALYSE CONCURRENTIELLE..... 22

ORGANISE TON ÉCOSYSTÈME D'OFFRES..... 24

ÉVALUER TON ÉCHELLE DE VALEUR..... 27

AFFINER TON PROCESSUS D'ACQUISITION CLIENTS..... 28

DÉFINIR TA STRATÉGIE DE CONTENU..... 30

CRÉER TA LIGNE ÉDITORIALE..... 32

RENDRE TES CONTENUS PLUS PERCUTANTS ET PERSONNELS..... 33

SIMPLIFIER LE PROCESSUS DE CRÉATION AVEC
UN CALENDRIER ÉDITORIAL..... 35

CONNAÎTRE LE CYCLE DE TRANSFORMATION DU CLIENT..... 37

AVOIR UNE STRATÉGIE DE CONTENU ORGANISÉE
AUTOUR DE L'ENTONNOIR DE VENTE..... 39

T'ORGANISER ET PRIORISER COMME UN-E PRO..... 41

COMPRENDRE LES CYCLES DE PRODUCTIVITÉ ET ÉMOTIONNELS..... 45

PARTIE 2 :

Gérer et piloter ton business, ta communication..... 48

ANNEXES :

MOTS DE PASSE..... 270

LE COIN DES ENVIES..... 271





PARTIE 1

**Travailler sur son business
et faire un diagnostic**





Cette première partie va t'aider à prendre du recul et à clarifier les éléments essentiels qui te permettront d'avancer avec une base solide.

CE QUE TU VAS POUVOIR FAIRE :

- ❑ **Évaluer ta situation actuelle :** à travers un « diagnostic » de ton business, tu vas réfléchir à ce qui fonctionne bien et aux domaines dans lesquels tu as besoin de progresser. C'est un moment pour prendre du recul sur ton activité, analyser ce qui te bloque, et identifier ce qui te motive.
- ❑ **Clarifier ta vision à long terme :** avant de te plonger dans l'action, il est crucial de définir une vision claire de ton business, de ton avenir. Cette réflexion t'aidera à structurer tes actions présentes pour atteindre tes objectifs futurs.
- ❑ **(Re)définir ton client idéal :** un business bien structuré repose sur une compréhension fine de ton client idéal. Ces pages t'aideront à définir ton audience cible, en explorant ses besoins, ses attentes et ses problématiques.
- ❑ **Affiner tes offres :** ces pages te permettront de réfléchir à ce que tu proposes et d'optimiser tes services pour qu'ils soient parfaitement adaptés à ton marché.
- ❑ **Élaborer une stratégie de contenu :** en plus de bénéficier de conseils, tu vas pouvoir structurer ta communication avec cohérence.
- ❑ **Organiser tes priorités :** tu auras des espaces pour planifier, prioriser et organiser tes tâches de façon à avancer étape par étape vers tes objectifs sans t'éparpiller.

Ces pages te permettront de te poser les bonnes questions, d'ajuster ton plan et de créer une stratégie claire pour chaque aspect de ton business.



Clarifier ta vision *

Es-tu déjà parti·e en vacances sans avoir décidé, au moins quelque temps en amont, de la destination ?

C'est la même chose pour ton business !

Tu ne peux pas espérer atteindre tes rêves, tes objectifs, sans travailler un minimum sur ta vision. C'est un peu ton phare dans la nuit.

La vision, c'est là où tu veux aller, c'est ta destination, ton objectif final à atteindre. Elle est souvent portée par l'émotion, la passion ET la conviction.

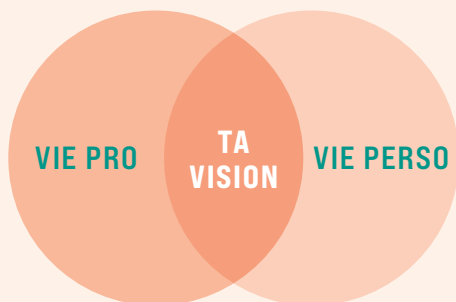
Elle te donne l'énergie pour **faire** et **être** dans l'action, prendre des coups tout en continuant à avancer.

La vision est une forme de perception de soi dans l'avenir qui comprend ta mission, le futur souhaité pour ton entreprise, et tes valeurs.

Une bonne vision :

- ☒ part toujours d'une connaissance de soi ;
- ☒ permet de choisir dans quel sens avancer (te fixer un cap donne du sens à ton travail) ;
- ☒ sert à passer à l'action et donne de l'espoir ;
- ☒ doit être ambitieuse et réalisable ;
- ☒ doit être constamment réévaluée et ajustée.

Ta vision se scinde en 2 parties :





Pour cet exercice, je t'invite à répondre à ces questions du point de vue de ton « toi » futur. C'est un exercice qui peut demander un délai de réflexion, donc n'hésite pas à prendre le temps qu'il faut, à le faire en plusieurs fois, si besoin.

Établis ta vision dans trois ans :

~~~~~

**Qu'est-ce que tu veux être, faire, avoir dans ces différents domaines ?**

### AU NIVEAU PROFESSIONNEL

#### ÊTRE (ton comportement)

*Exemple : je suis une femme épanouie et sereine, à la tête de plusieurs entreprises, je suis une référence dans mon domaine...*

.....

.....

.....

#### FAIRE (tes actions)

*Exemple : j'ouvre un coworking, je sors une nouvelle offre, j'anime une retraite...*

.....

.....

.....

#### AVOIR (tes possessions)

*Exemple : j'ai une équipe, un coworking, 10 000 € en trésorerie...*

.....

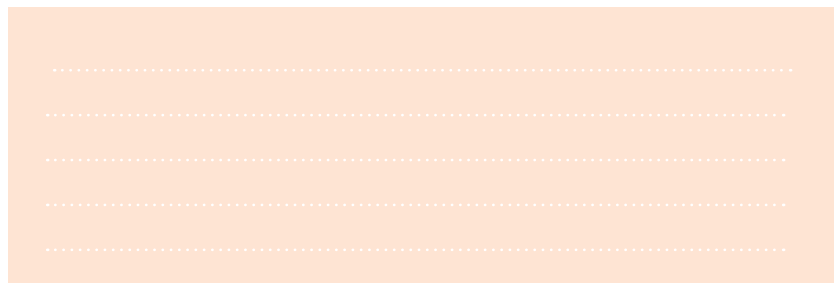
.....

.....

## AU NIVEAU FAMILIAL / ENTOURAGE / AMOUR

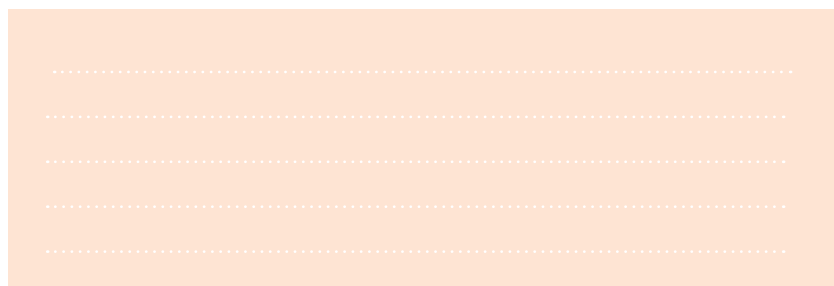
### ÊTRE

*Exemple : je suis une maman, une amie plus présente, une fille plus à l'écoute...*



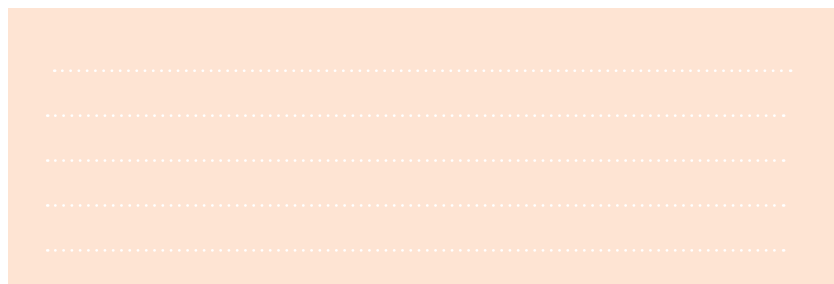
### FAIRE

*Exemple : je prends plus de temps de qualité avec mes proches, j'organise des surprises pour mon/ma chéri·e...*



### AVOIR

*Exemple : j'ai trois enfants, j'ai une relation saine avec mon père...*





## AU NIVEAU SANTÉ

### ÊTRE

*Exemple : je suis en pleine forme, je me sens bien dans mon corps...*

.....

.....

.....

.....

.....

### FAIRE

*Exemple : je fais attention à ce que je mange, je fais du sport régulièrement, je fais attention à ma santé mentale...*

.....

.....

.....

.....

.....



### AVOIR

*Exemple : j'ai perdu 3 kilos, j'ai un corps tonique...*

.....

.....

.....

.....

.....



## AU NIVEAU FINANCES



### ÊTRE

Exemple : je suis libre financièrement, je suis serein-e...

.....

.....

.....

.....

.....

### FAIRE

Exemple : j'investis, j'ouvre une assurance vie, je délègue...

.....

.....

.....

.....

.....

### AVOIR

Exemple : j'ai 10 000 € par mois, j'ai de la trésorerie...

.....

.....

.....

.....

.....





## AU NIVEAU ENVIRONNEMENT / LOISIRS

### ÊTRE

*Exemple : je suis propriétaire, je vis près de la mer...*

.....

.....

.....

.....

.....

### FAIRE

*Exemple : j'investis, je voyage...*

.....

.....

.....

.....

.....

### AVOIR

*Exemple : j'ai une maison, j'ai un chien...*

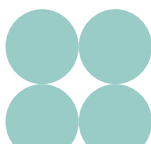
.....

.....

.....

.....

.....





Maintenant, imagine que dans trois ans, on te propose d'écrire un livre sur ta vie, sur ce que tu as fait, ce que tu as accompli. Quelle serait ta biographie ? Fais-toi rêver !



**Écris ta biographie à la troisième personne du singulier (il/elle) :**



A large orange rectangular area with horizontal lines for writing. On the left side, there are ten white circular punch holes. The area is intended for writing a biography in the third person singular.





## TE RECONNECTER À TA RAISON D'ÊTRE

« Les clients n'achètent pas ce que vous faites,  
mais la raison pour laquelle vous le faites »

SIMON SINEK

Il est important de te (re)connecter à ta raison d'être. C'est ce qui te permettra de te lever chaque matin, de retrouver la motivation quand tu l'auras perdue.

Quand tu sais qui tu es, qui tu souhaites devenir et POURQUOI, alors **tu deviens inarrêtable.**

**Prends le temps de réfléchir à ces différentes questions pour voir où tu en es dans ton business, ton projet.**

Pourquoi as-tu décidé de te lancer à ton compte (ou aimerais-tu te lancer) ?

.....

.....

.....

.....

Pourquoi est-ce important pour toi de te lancer à ton compte ?

.....

.....

.....

.....

Sur une échelle de 0 à 10, où en es-tu dans ton business par rapport à ce que tu aimerais atteindre, tes objectifs ? (0 correspondant à « j'en suis loin » et 10 à « j'y suis »)

1 • 2 • 3 • 4 • 5 • 6 • 7 • 8 • 9 • 10

## PEAUFINER TON IDENTITÉ VISUELLE

### Les couleurs

En te basant sur les valeurs et les émotions que tu souhaites transmettre, choisis une palette de deux à quatre couleurs :

- une couleur dominante qui reflétera ta marque ;
- deux couleurs complémentaires pour enrichir ta palette ;
- une ou deux couleurs neutres à utiliser pour les arrière-plans ou le texte, par exemple.

### Les formes

Réfléchis aux formes qui correspondent à ce que tu veux véhiculer : des courbes pour la douceur ; des lignes droites pour la stabilité ; des cercles pour la nature, l'harmonie ; des rectangles et carrés pour l'ordre...

### Les typographies

Il te faut une police principale pour les titres et une police secondaire pour le texte courant.

Teste-les ensemble en créant des exemples de textes pour t'assurer qu'elles se marient bien.

Les typographies avec empattement (comme le Times New Roman) véhiculent tradition et fiabilité, tandis que les « sans serif » (comme l'Helvetica) transmettent simplicité et modernité. Les typographies manuscrites ajoutent une touche personnelle et créative.

### La psychologie des couleurs

Chaque couleur a un impact émotionnel.

- **Rouge** : passion, urgence, amour, mort, colère.
- **Bleu** : confiance, sérénité, professionnalisme, calme.
- **Jaune** : optimisme, chaleur, positivité, intelligence.
- **Vert** : nature, croissance, santé, jeunesse.
- **Orange** : loyauté, audace, enthousiasme, énergie, convivialité.
- **Rose** : douceur, féminité, romance, sucré.
- **Marron** : nature, fiabilité, chaleur, rustique, confort.

#### SITES UTILES :

**1. Colors.co** : pour générer des palettes de couleurs.

**2. Fontjoy.com** : pour générer des combinaisons de typographies qui fonctionnent bien ensemble.

- 
- **Violet** : spiritualité, subtilité, protection.
  - **Gris** : neutralité, professionnalisme, solitude.
  - **Blanc** : simplicité, pureté, paix, innocence.
  - **Noir** : luxe, sophistication, inconnu.

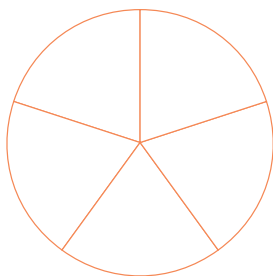
**NOTE** : les nuances de chaque couleur modifient leur effet émotionnel. Par exemple, un bleu clair évoque le calme et l'amitié, alors qu'un bleu marine symbolise la fiabilité et la confiance.

## Travailler ton branding \*

Dans cette section, tu vas pouvoir regrouper toutes les informations essentielles sur ton identité visuelle.



Avoir ces éléments sous les yeux te permettra de rester cohérent·e dans ta création de contenu et d'affiner ton « personal branding » de manière plus fluide et stratégique.



### Colorie avec tes couleurs :

Référence #1 : .....

Référence #2 : .....

Référence #3 : .....

Référence #4 : .....

Référence #5 : .....

### Liste de typographies :

- 
- 
- 
- 



**Les mots-clés pour décrire ton univers :**



.....

.....

**Ce que tu voudrais que les gens ressentent et se disent en te voyant :**

.....

.....

**Les mots et expressions que tu utilises fréquemment :**

.....

.....

**Les émojis que tu utilises régulièrement :**

.....

.....



**Le ton que tu veux adopter (soutenu, familier, drôle, neutre...) :**

.....

.....

**Le mantra qui te booste au quotidien :**

.....

.....

# Ton client idéal \*

**MISSION 1 :** Définis ton client idéal avec les caractéristiques socio-démographiques.

## SITUATION FAMILIALE

- Célibataire
- Séparé.e / Divorcé.e / Veuf.e
- En couple
- Marié.e
- Avec enfant(s)
- Sans enfant

## SITUATION PROFESSIONNELLE

- Etudiant.e
- Entrepreneur.e
- En recherche d'emploi
- Freelance
- Salarié.e

## LOCALISATION :

## SEXE :

**MISSION 2 :** Remplis ce tableau avec les caractéristiques psychologiques de ton client idéal.

**Qu'est-ce que ton client croit/entend ?**

(fausses croyances, conséquences de ses idées reçues)

**Qu'est-ce qu'il pense vouloir ?**

(besoins superficiels exprimés de manière consciente, rationnelle, logique)

**Qu'est-ce qu'il veut fuir ?**

(situation, sentiment, blocage)

**Qu'est-ce qu'il veut vraiment ?** (désirs profonds, besoins émotionnels non exprimés)

# Créer la carte d'identité de ton business \*

Ici, tu vas regrouper toutes les informations clés de ton entreprise sur une seule page. En répondant aux questions des différentes rubriques (sur la page suivante), tu construiras LA carte d'identité de ton business.

Une fois ce tableau complété, tu auras toutes les informations essentielles sous la main pour piloter ton activité de manière efficace et alignée avec tes objectifs.

|                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>PROBLÈMES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>✦ Quels sont les problèmes de tes clients ?</li><li>✦ Leurs frustrations ?</li><li>✦ Les besoins qu'ils cherchent à combler ?</li></ul>                                    | <b>SOLUTIONS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>✦ Quels sont les bénéfices de ton offre / produit ?</li><li>✦ Qu'est-ce qu'il apporte concrètement ?</li><li>✦ Quelles sont ses principales fonctionnalités ?</li></ul> <b>INDICATEURS de PERFORMANCE</b> <ul style="list-style-type: none"><li>✦ Quels chiffres dois-tu surveiller pour déterminer la réussite de ton entreprise ?</li></ul> | <b>AVANTAGE COMPÉTITIF</b> <ul style="list-style-type: none"><li>✦ En quoi ton offre est-elle différente des autres ?</li><li>✦ Pourquoi les clients doivent-ils s'intéresser à ton offre et non pas à celles des concurrents ?</li><li>✦ Quelle est ta valeur ajoutée ?</li></ul> | <b>SEGMENTS DE CLIENTS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>✦ À qui souhaites-tu vendre tes produits/services ?</li></ul>                                                                                             | <b>CANAUX</b> <ul style="list-style-type: none"><li>✦ Par quel canal vas-tu mettre ton produit/service à disposition de tes clients ?</li><li>✦ Par quel canal vas-tu vendre ? (mail, RS, site...)</li></ul> |
| <b>COÛTS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>✦ Quels sont les coûts à prévoir pour assurer la bonne mise en œuvre de ton activité ?</li><li>✦ Quels seraient tes coûts variables ?</li><li>✦ Et tes coûts fixes ?</li></ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>SOURCES DE REVENUS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>✦ Combien le client va-t-il payer ?</li><li>✦ Quels sont les moyens de paiement ?</li><li>✦ D'où vient l'argent : abonnement ? offre à tiroirs ?</li></ul> |                                                                                                                                                                                                              |



|                                           |  |                                           |  |                                                         |                                               |                                                         |  |                                        |  |                                                                |  |
|-------------------------------------------|--|-------------------------------------------|--|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------|--|----------------------------------------|--|----------------------------------------------------------------|--|
| <b>PROBLÈMES</b><br>+<br>+<br>+<br>+<br>+ |  | <b>SOLUTIONS</b><br>+<br>+<br>+<br>+<br>+ |  | <b>AVANTAGE<br/>COMPÉTITIF</b><br>+<br>+<br>+<br>+<br>+ |                                               | <b>SEGMENTS DE<br/>CLIENTS</b><br>+<br>+<br>+<br>+<br>+ |  | <b>CANAUX</b><br>+<br>+<br>+<br>+<br>+ |  |                                                                |  |
| <b>COÛTS</b><br>+<br>+<br>+<br>+          |  |                                           |  |                                                         | <b>SOURCES DE REVENUS</b><br>+<br>+<br>+<br>+ |                                                         |  |                                        |  | <b>INDICATEURS DE<br/>PERFORMANCE</b><br>+<br>+<br>+<br>+<br>+ |  |



# Faire une analyse concurrentielle \*

Choisis 3 concurrents directs pour analyser leur activité. Pour chacun d'entre eux, observe leurs offres principales, leurs réseaux sociaux, leurs différenciations...

L'idée n'est pas de les copier, mais d'identifier ce qui fonctionne chez eux, ce qui te différencie d'eux, et comment tu peux affiner ta propre stratégie pour te démarquer.

## CONCURRENTS DIRECTS :

proposent une offre similaire à la tienne, cible identique, comblent les mêmes besoins

## CONCURRENTS INDIRECTS :

proposent une offre différente de la tienne, mais comblent les mêmes besoins clients.

|                         | CONCURRENTS 1 | CONCURRENTS 2 | CONCURRENTS 3 |
|-------------------------|---------------|---------------|---------------|
| RÉSEAU PRINCIPAL        |               |               |               |
| CIBLE                   |               |               |               |
| OFFRE PRINCIPALE        |               |               |               |
| ÉLÉMENTS DIFFÉRENCIEURS |               |               |               |
| AXE D'AMÉLIORATION      |               |               |               |





Dans cette section, tu vas pouvoir faire un diagnostic de tes offres et identifier les points à améliorer pour optimiser tes ventes. Si tu rencontres l'un des problèmes suivants, voici comment tu peux les résoudre :

**PROBLÈME 1 :** Ton offre ressemble trop à celles des autres.

**Solution :** *Travaille sur ton positionnement. Mets en valeur ce qui te rend unique : ta méthode, ton approche, ou ta personnalité.*

**PROBLÈME 2 :** Ton offre attire des clients non qualifiés (budget trop bas, mauvais « fit », attentes irréalistes).

**Solution :** *Révisé ton message marketing. Parle directement à ton client cible (prix, attentes, type de résultat) pour attirer les bons clients et filtrer ceux qui ne te correspondent pas.*

**PROBLÈME 3 :** Tu n'as pas d'offre qui se vend régulièrement, qui représente le cœur de ton business.

**Solution :** *Crée une offre en te basant sur une compréhension profonde de ton client idéal. L'offre doit résoudre un problème clé et offrir une solution claire et précise.*

**PROBLÈME 4 :** Tes clients hésitent à acheter ton offre.

**Solution :** *Renforce la confiance en ajoutant des témoignages, des études de cas, ou en clarifiant ce que ton offre inclut (ici, on va lever les objections et les freins à l'achat).*

**PROBLÈME 5 :** Ton chiffre d'affaires est éparpillé sur trop d'offres : trop d'offres = trop de choix.

**Solution :** *Simplifie en te concentrant sur quelques offres clés. Garde celles qui apportent le plus de valeur et retire ou reformule les autres.*

**PROBLÈME 6 :** Tu vends bien ton offre « principale » mais tu ne sais pas comment fidéliser tes clients.

**Solution :** *C'est le moment de créer une nouvelle offre pour garder tes clients actuels engagés. Propose-leur une montée en gamme ou une offre complémentaire qui leur apportera encore plus de valeur.*

# Organise ton écosystème d'offres \*

Ici, tu vas pouvoir travailler sur l'organisation de tes offres pour qu'elles soient claires, complémentaires et bien positionnées.

|             | NOM DE L'OFFRE                                                                                                                                                                            | PRIX |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
|             | OFFRE #1                                                                                                                                                                                  |      |
| DESCRIPTION | <ul style="list-style-type: none"><li>• À qui elle s'adresse :</li></ul> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>                                                                           |      |
|             | <ul style="list-style-type: none"><li>• La ou les problématiques rencontrées :</li></ul> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>                                                           |      |
|             | <ul style="list-style-type: none"><li>• Ce qu'elle contient (modalités, déroulé, packaging...) :</li></ul> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>                                         |      |
|             | <ul style="list-style-type: none"><li>• En quoi elle se distingue de tes autres offres (valeur ajoutée, bénéfices, ce qu'elle apporte) :</li></ul> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> |      |
|             |                                                                                                                                                                                           |      |
|             |                                                                                                                                                                                           |      |
|             |                                                                                                                                                                                           |      |
|             |                                                                                                                                                                                           |      |
|             |                                                                                                                                                                                           |      |
|             |                                                                                                                                                                                           |      |

**Est-ce que cette offre t'aide à résoudre les problèmes de tes clients idéaux ?**

**OUI NON** • Pourquoi ? .....

**Est-ce que cette offre te fait toujours (autant) vibrer ?**

**Te sens-tu pleinement aligné-e avec elle aujourd'hui ?**

**OUI NON** • Pourquoi ? .....

**Est-ce que cette offre te rapporte du chiffre d'affaires ?**

**OUI NON** • Pourquoi ? .....

|             | NOM DE L'OFFRE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | PRIX |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
|             | OFFRE #2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |      |
| DESCRIPTION | <ul style="list-style-type: none"><li>• À qui elle s'adresse :<br/>.....<br/>.....<br/>.....</li><li>• La ou les problématiques rencontrées :<br/>.....<br/>.....<br/>.....</li><li>• Ce qu'elle contient (modalités, déroulé, packaging...) :<br/>.....<br/>.....<br/>.....</li><li>• En quoi elle se distingue de tes autres offres (valeur ajoutée, bénéfiques, ce qu'elle apporte) :<br/>.....<br/>.....<br/>.....</li></ul> |      |

**Est-ce que cette offre t'aide à résoudre les problèmes de tes clients idéaux ?**

**OUI NON** • Pourquoi ? .....

**Est-ce que cette offre te fait toujours (autant) vibrer ?  
Te sens-tu pleinement aligné-e avec elle aujourd'hui ?**

**OUI NON** • Pourquoi ? .....

**Est-ce que cette offre te rapporte du chiffre d'affaires ?**

**OUI NON** • Pourquoi ? .....

# Pas de place pour les excuses, juste des résultats !

Ce carnet n'est pas un énième planner qui finira au fond d'un tiroir. C'est ton copilote, ton meilleur allié pour t'accompagner dans chaque aspect de ton activité.

Chaque page est une étape vers tes objectifs : tu réfléchis, tu ajustes, tu planifies, tu structures et surtout, tu avances sans te perdre en route. Parce qu'être entrepreneur, c'est se responsabiliser, se donner les moyens de réussir.

## Voici ce qui t'attend :

- **Un espace pour réfléchir à tes priorités** et mettre de l'ordre dans ton activité tout en passant à l'action.
- **Des outils pratiques pour organiser tes idées**, ta création de contenu, tes finances, suivre tes clients et atteindre tes objectifs.
- **Des défis mensuels pour te challenger** et sortir de ta zone de confort.

**Tu veux aligner tes ambitions avec tes actions ?  
Ce carnet est là pour te guider à chaque étape.  
Alors, fais de cette année un vrai tournant pour toi  
et ton business !**



**Fiona Picoli** est consultante en marketing et formatrice. Depuis 2020, elle accompagne les entrepreneurs pour développer leur activité, obtenir plus de clients en construisant une stratégie qui leur ressemble. Elle est l'auteur du *Cahier de vacances spécial entrepreneur.se* (2023) et a créé le podcast *La vérité si j'entrends*.



ISBN : 9782807367234

[www.deboecksuperieur.com](http://www.deboecksuperieur.com)