BUSINESS WORKSHOP

LES ATELIERS DE PHIL

Trente séances de brainstorming pour jeunes autoentrepreneurs

- Edition 2022 -

Philippe RECLUS est le fondateur des réseaux Business Village et France Leaders. Passionné par le développement économique local, il anime au sein de ces communautés des ateliers collaboratifs dédiés aux entrepreneurs et chefs d'entreprise en quête d'avancées concrètes.

Son approche : du brainstorming en petit comité, sans théorie, sans PowerPoint interminable. Six à douze participants maximum, une table ronde, un sujet choisi collectivement, et une seule règle — repartir avec une action réalisable avant la semaine suivante. Ces séances portent sur les vrais freins rencontrés au quotidien : posture d'indépendant, communication, prise de parole, prospection, mise en réseau efficace.

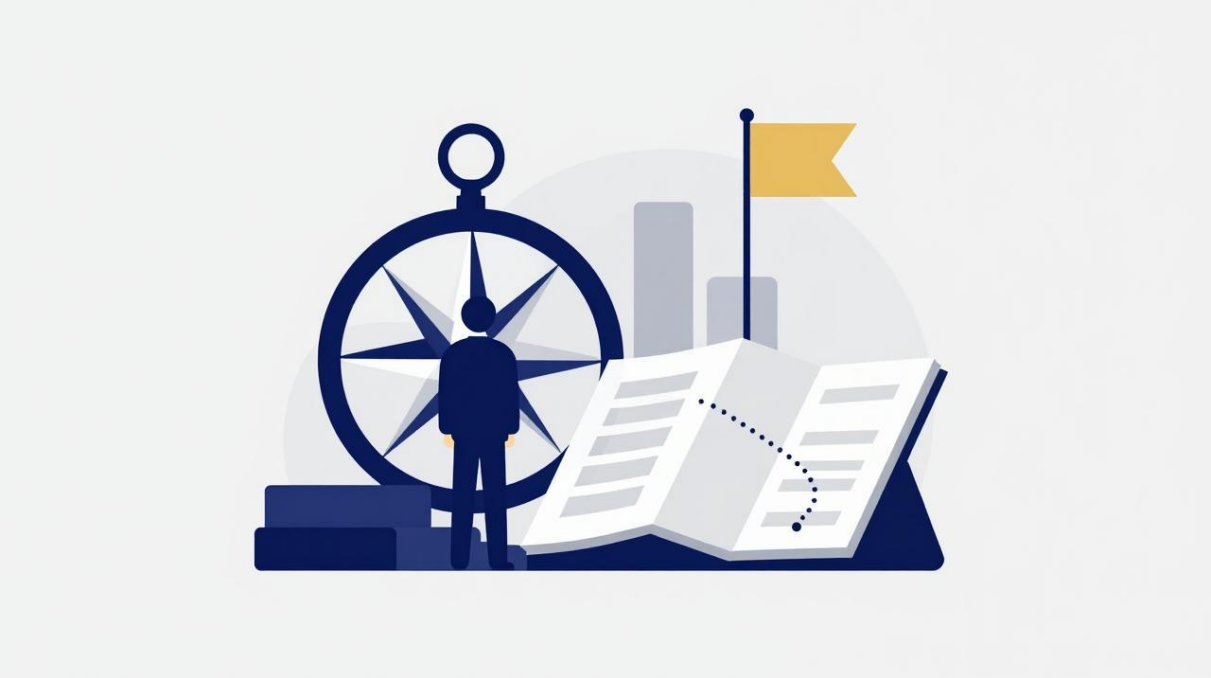
Voici une trentaine de sujets proposés pour l'année 2022 et les cycles suivants. Chaque atelier dure entre une heure trente et deux heures, avec un livrable tangible : un pitch affiné, un planning restructuré, une fiche client complétée, un plan de communication amorcé.

Ces sessions restent 100 % gratuites, accessibles aux adhérents comme aux visiteurs occasionnels, parce que l'échange d'expérience n'a pas de prix. L'engagement est simple : être présent, actif, et prêt à s'engager sur un objectif chiffré avant de quitter la pièce.

Les Ateliers de Phil ne promettent pas de secrets magiques. Ils offrent juste du temps structuré, des pairs vigilants et un cadre qui force à passer du vague souhait à la décision assumée. Pour ceux qui sont fatigués de procrastiner ou de se sentir seuls face à leur activité, c'est souvent le déclic.

Repères et posture

« Avant de vendre votre travail, sachez où il vous mène. »



1. Qui suis-je vraiment ?
Chaque participant formule en une phrase ce qu'il fait, pour qui et pourquoi lui. Le groupe reformule à voix haute jusqu'à ce qu'un néophyte comprenne du premier coup. Livrable : une accroche réutilisable en bio, en signature et en réponse à « tu fais quoi ? ».

2. Mon activité en neuf cases
On remplit un Business Model Canvas simplifié : clients, promesse, canaux, revenus, coûts, ressources, activités, partenaires. L'animateur traque les cases vides : ce sont elles qui expliquent les creux de chiffre d'affaires. Livrable : une carte A3 photographiée et affichée au mur.

3. La semaine du solo
Comment tiennent réellement les journées d'un indépendant : production, prospection, administratif, repos. On construit ensemble un emploi du temps hebdomadaire avec des créneaux intouchables. Livrable : un planning type imprimé, testé deux semaines avant ajustement collectif.

4. Fixer ses prix sans trembler
Trois exercices : calculer son coût horaire réel (charges, congés, temps non facturé), comparer aux prix du marché local, puis annoncer un tarif à voix haute devant le groupe. Objectif : entendre sa propre voix dire un prix sans s'excuser ni se justifier.

5. Mes trois indicateurs vitaux
Un tableau de bord minimaliste : combien de contacts qualifiés, combien de propositions envoyées, combien d'euros encaissés. On choisit trois chiffres seulement, on fixe un rituel de relevé hebdomadaire et on décide ce qu'on arrête de mesurer.

6. Cap sur 90 jours
Chacun écrit un objectif unique, mesurable, atteignable en trois mois, puis le découpe en actions hebdomadaires. Le groupe aide à supprimer les projets concurrents. Livrable : une feuille de route affichée, relue à chaque séance suivante.

Communication et outils

« Être bon ne suffit pas : encore faut-il être compris. »

7. Le pitch de trente secondes
Chrono en main, trois passages devant le groupe. Après chaque tour, retours ciblés : on coupe le jargon, on garde le bénéfice client, on finit par une demande claire (« je cherche deux clients dans le bâtiment »). Livrable : un pitch mémorisé, testé en vrai dans la semaine.

8. Une page « À propos » qui convainc
Atelier d'écriture sur la page la plus lue d'un site : celle qui parle de soi. Structure en quatre blocs (pour qui, quel problème, comment, preuve), puis réécriture collective. Livrable : un texte prêt à publier, relu par deux pairs.

9. Kit visuel de survie
En une heure, définir deux polices, trois couleurs, un logo simple et des modèles de documents. L'objectif n'est pas la perfection esthétique mais la cohérence, pour paraître sérieux sur un devis, une facture ou une bannière.

10. Des mails qu'on lit vraiment
Analyse de dix mails envoyés par les participants : objet, longueur, structure, appel à l'action. On réécrit ensemble les trois pires. Règle retenue : un mail, une demande, cinq lignes au maximum, une question fermée à la fin.

11. Le devis qui rassure
Un devis mal présenté fait perdre des ventes. On démonte un exemple flou, puis on reconstruit un modèle : périmètre, exclusions, délais, conditions de paiement, option premium. Livrable : un gabarit réutilisable pour toutes les missions suivantes.

12. Raconter un projet client
Transformer une mission terminée en récit court : situation initiale, obstacle, action, résultat chiffré. Exercice oral puis écrit. Ces histoires alimentent ensuite le site, les réseaux et les rendez-vous commerciaux.

13. LinkedIn sans y vivre
Définir un rituel tenable : quinze minutes, deux publications par semaine, un thème récurrent. On écrit trois posts pendant la séance, on planifie, on s'engage sur un mois. Priorité au commentaire utile chez les autres plutôt qu'à l'autopromotion.

14. Lancer sa lettre de proximité
Une newsletter locale ou thématique pour rester présent sans harceler. Choix de la promesse, de la fréquence, de l'outil gratuit, rédaction de la première édition. Livrable : une liste d'inscrits amorcée dès le lendemain.

15. Être trouvé près de chez soi
Fiche d'établissement, avis clients, coordonnées cohérentes partout : les bases qui font venir sans publicité. On vérifie en direct les fiches de chacun et on demande deux avis pendant la séance. Effet souvent rapide sur les demandes entrantes.

Prise de parole en public

« L'aisance ne se décrète pas, elle se répète. »

16. Micro ouvert
Deux minutes debout, sans notes, sur un sujet tiré au sort. Pas de correction technique : on applaudit, on chronomètre, on recommence. L'habitude de parler devant dix personnes se construit par répétition, pas par théorie.

17. Apprivoiser le trac
Comprendre ce qui se passe dans le corps avant de parler, puis tester trois outils simples : respiration lente, ancrage des pieds, phrase d'ouverture mémorisée. Chacun repère son signal personnel et la parade qui fonctionne pour lui.

18. Parler en trois points
Méthode : une idée, trois arguments, une conclusion qui demande quelque chose. Exercice en binôme sur un sujet professionnel, puis passage devant le groupe. Livrable : une trame réutilisable pour toute réunion ou présentation improvisée.

19. Face aux questions difficiles
Jeu de rôle sur les six questions qui déstabilisent un indépendant : vos tarifs, vos références, votre disponibilité, vos garanties, vos délais, vos concurrents. Chacun prépare une réponse courte, honnête, sans justification excessive.

20. Premier passage caméra
Se filmer trente secondes avec un téléphone, se regarder, recommencer. On travaille le regard, le débit, le silence, la lumière naturelle. Livrable : une vidéo courte publiable, plus la liste des défauts qu'on accepte d'ignorer.

21. Dire non et tenir
Négociation en jeu de rôle : le client demande une remise, un délai impossible, un travail hors périmètre. On s'entraîne à refuser calmement, à proposer une variante et à rester silencieux après avoir annoncé son prix.

22. Entrer et sortir d'une conversation
Techniques de terrain pour les rencontres professionnelles : phrase d'ouverture, question ouverte, présentation en une phrase, sortie polie. Exercice en cercle, rotations de trois minutes. Objectif : oser aborder un inconnu sans script récité.

Prospection commerciale

« Un carnet de commandes se remplit dehors, pas derrière l'écran. »

23. Cinquante prospects sans budget
Construction d'une liste nominative : anciens clients, anciens collègues, commerçants du quartier, groupes locaux, annuaires professionnels, salons. Chacun repart avec cinquante noms, classés par facilité de contact, et une priorité pour la semaine.

24. Le premier appel
Script d'appel en cinq étapes, puis simulation croisée par téléphone, dans deux pièces séparées. On traite l'objection « c'est trop cher » et le silence gênant. Livrable : un mémo d'appel personnalisé, testé sur cinq numéros réels.

25. La relance en quatre touches
La plupart des ventes se jouent après le troisième contact. On construit une séquence de quatre messages espacés, chacun apportant une valeur différente, avec un dernier mot de clôture poli. Livrable : un calendrier de relances prérempli.

26. Trouver des apporteurs d'affaires
Identifier les professionnels qui parlent déjà à vos clients : comptables, artisans complémentaires, agences, associations. On prépare une proposition de recommandation réciproque et une phrase de présentation mutuelle. Objectif : trois rendez-vous obtenus.

27. Réussir un salon
Avant : fixer un objectif chiffré et préparer trois questions. Pendant : prendre des notes au dos des cartes. Après : relancer sous quarante-huit heures. Simulation d'un stand avec passages successifs et chronométrage des échanges.

28. Du contact au client
Un suivi simple en cinq colonnes : nom, besoin, dernière action, prochaine étape, date. Chaque participant y verse ses contacts réels et repart avec une action datée par ligne. On distingue aussi les contacts à abandonner sans culpabilité.

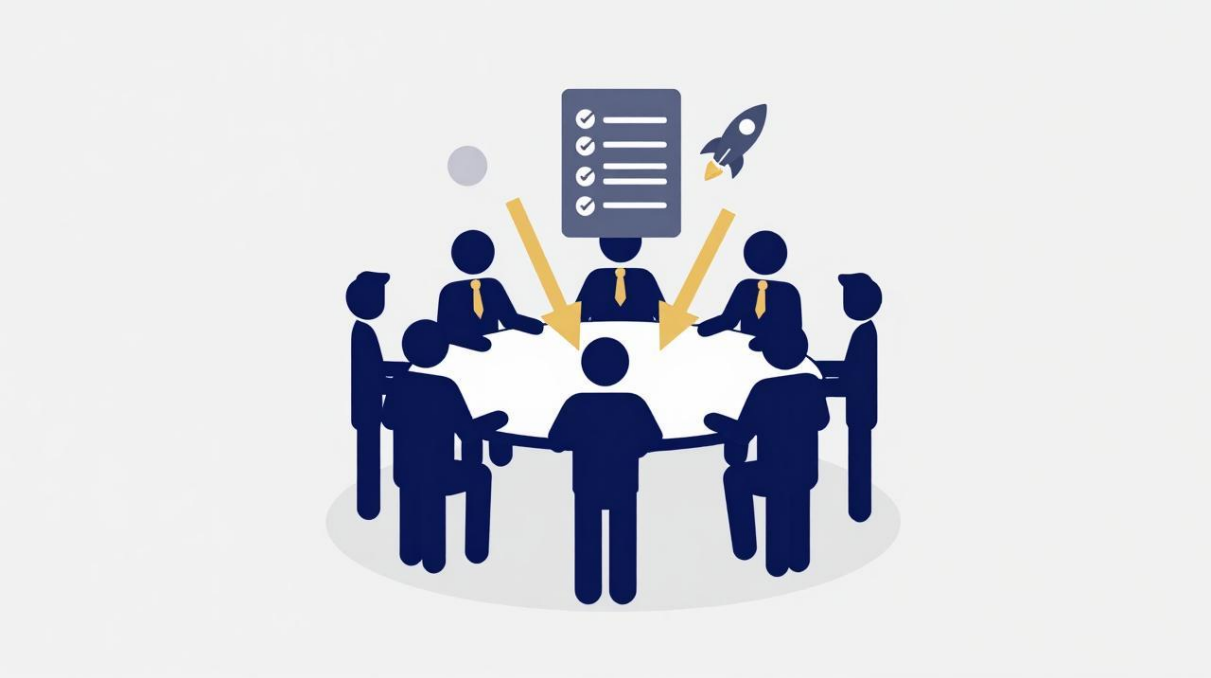
Constituez aujourd'hui votre propre banque de photos : vous en action, au travail, face à un client, en atelier.

Pas besoin d'être photographe — quelques clichés spontanés suffisent. Ces images deviennent vos futures publications, plus authentiques que toute illustration achetée.

Commencez maintenant : demandez à un collègue, à un client reconnaissant, ou laissez un ami vous immortaliser cinq minutes pendant une vraie mission. Le capital humain vaut mieux que le stock photo.

Collectif et passage à l'action

« L'élan se partage mieux qu'il ne se garde. »



29. Le cercle de pairs
Créer un groupe de six indépendants qui se voit tous les mois : deux victoires, un blocage, un engagement chiffré pour la prochaine fois. Règles de confidentialité, durée, animation tournante. Livrable : une date fixée avant de sortir de la salle.

30. Mon plan de communication à trente jours
Synthèse finale : choisir un canal principal, un rythme, un message central et trois actions concrètes. Chacun présente son plan au groupe, qui cherche les incohérences. Livrable : une page affichée, relue à la séance suivante.

Business Workshop