# Les Ateliers de Phil

Ou comment apprendre à nager avant d'affronter le large.

**2020-2026 :** Six années d’animation des Ateliers de Phil au sein de Business Village.

Philippe Reclus

## Le lagon

Imaginez une île paradisiaque. Autour d'elle, une eau turquoise, tiède, presque immobile, dans laquelle glissent sans effort des bancs de petits poissons multicolores. Ils vont, ils viennent, ils se croisent, ils se frôlent — nul ne les menace, rien ne les presse. À quelques centaines de mètres de là, une magnifique barrière de corail ceinture l'île de toute sa splendeur.

Elle n'a pas été construite pour cela, mais elle joue son rôle à la perfection : elle retient à l'extérieur les requins et tous les prédateurs qui rôdent dans les ténèbres des grandes profondeurs.

Grâce à elle, un premier écosystème a pu naître et prospérer — un lieu improbable où se côtoient des humains et toute une civilisation aquatique, chacun vaquant à ses affaires sous la garde silencieuse du récif.

**Le premier pas : barboter**

C'est dans ce lagon que commence toute aventure entrepreneuriale.
Lorsque vous décidez de vous lancer dans le monde des affaires, vous faites d'abord quelques pas prudents dans des eaux peu profondes, bien à l'abri derrière la barrière de corail. Vous découvrez la lumière douce, les fonds sablonneux, les courants aimables. Et c'est très bien ainsi : personne n'apprend à nager dans la tempête.
Mais vient toujours le moment où vous constatez que vos affaires stagnent. Elles tournent en rond dans le lagon. Elles ne grandissent plus. Et c'est parfaitement compréhensible : un poisson ne devient jamais grand dans un bassin trop petit.

**Le large : ce qui attend au-delà du récif**

Il faut le savoir, et il faut l'entendre clairement : le monde des affaires — le vrai, celui qui se joue au-delà de la barrière de corail — obéit à d'autres règles.
Là-bas, l'ambiance est toute autre. C'est un océan agité, battu par des vents contraires. Des profondeurs insondables, où la lumière ne descend plus. Et surtout, une population de prédateurs patients, efficaces, affamés, qui se nourrissent précisément de cela : des petits poissons qui se sont aventurés, trop tôt ou trop seuls, dans ce monde impitoyable.
Personne ne vous prévient quand vous franchissez le récif. C'est justement tout le problème.

**L'isthme : la mission des Ateliers de Phil**

C'est précisément là que se situent les Ateliers de Phil : à l'intersection de ces deux mondes, sur cette ligne de crête où le lagon rencontre l'océan.
Ni un refuge où l'on vous promet que la mer sera toujours calme, ni une mise à l'eau brutale au milieu des requins. Un sas. Un lieu où l'on vous explique ce qui vous attend, où l'on vous apprend à lire les courants avant de les affronter, où l'on vous montre comment tenir votre cap quand la houle monte.
Au sein des réseaux France Leaders et Business Village, les Ateliers de Phil sont des rencontres proposées à des autoentrepreneurs fraîchement installés, en quête de conseils et d'accompagnement pour leurs premiers pas.
Vous y trouverez quelques-unes des thématiques développées au fil des sessions — celles qui reviennent le plus souvent chez ceux qui débutent, celles qui font gagner des mois, parfois des années.

**L'homme derrière les ateliers**

Ces Ateliers ont été lancés en 2020 par Philippe Reclus — un retraité totalement désintéressé financièrement, qui partage le fruit de sa propre expérience de façon gratuite et bienveillante.
Son parcours n'est pas banal, et il constitue le socle solide sur lequel il a bâti sa notoriété et la reconnaissance de toutes les personnes qu'il a accompagnées.

Quinze années au service de l'aéronautique, d'abord, où il a servi la recherche au sein de la Direction Générale de l'Armement, en travaillant sur des aéronefs prototypes en relation étroite avec les industriels.

Puis dix-huit années dans le monde des affaires, cette fois de l'autre côté du miroir : aux côtés de la justice, de l'URSSAF et des autres services de recouvrement, à l'encontre des entreprises défaillantes. Dix-huit ans à observer, de près et sans complaisance, ce qui fait couler un bateau.

Et puis, une fois ses quatre enfants à l'abri de leur majorité, avec une famille et un travail, il a osé tout lâcher. Il a franchi la barrière de corail dans l'autre sens : il est passé de l'autre côté pour vivre enfin sa passion — la communication touristique — à travers sa propre agence, qu'il a dirigée pendant quinze années.

C'est riche de toutes ces expériences qu'il a créé, en prenant sa retraite définitive, un cercle d'affaires appelé Business Village, puis France Leaders — permettant ainsi à des entrepreneurs de se rencontrer, de réseauter, et de former une certaine solidarité de jeunes entrepreneurs prêts à affronter la pleine mer, au-delà de la barrière de corail.

**Ce que contient ce document**

Ce modeste document présente les principales thématiques abordées lors des Ateliers de Phil entre 2020 et 2026.

Beaucoup d'autres thématiques ont été abordées en six ans, nous abordons ici seulement 20.

Non pas une méthode miracle, ni une promesse de fortune. Simplement ce qu'un homme ayant navigué dans les deux mondes a jugé utile de transmettre à ceux qui s'apprêtent à quitter le lagon.

---

***Parce qu'on ne devient jamais un grand poisson sans avoir appris, d'abord, à reconnaître l'ombre d'un requin.***

**Se faire trouver : site et référencement**

1. **Créer un site vitrine efficace en une journée (WordPress ou outil no-code)** Un site simple avec 3 à 5 pages suffit pour rassurer et convertir ; l'enjeu est de ne pas passer trois mois sur la technique avant d'avoir un premier client.
2. **Fiche Google Business Profile : le réflexe numéro un pour les activités locales** Pour beaucoup de métiers de proximité, cette fiche gratuite génère plus de contacts qu'un site entier — encore faut-il la remplir correctement et la mettre à jour.
3. **Les bases du SEO : choisir ses mots-clés et structurer ses pages** Apprendre à raisonner en « ce que tape mon client » plutôt qu'en jargon technique, puis placer ces termes dans les bons endroits de la page.
4. **Écrire des pages web qui donnent envie de te contacter** Un texte clair, orienté bénéfice client et ponctué d'appels à l'action convertit bien mieux qu'un discours sur ton parcours et tes diplômes.
5. **Être visible sur les annuaires et plateformes de mise en relation** Inscription cohérente sur les annuaires de ta zone et les plateformes de ton secteur : peu de travail, mais cela alimente souvent les premières demandes.

**Réseaux sociaux et contenu**

6. **Instagram pour indépendants : profil pro, bio et premiers posts** Le but n'est pas de devenir influenceur mais d'avoir une vitrine crédible où un prospect vérifie ton sérieux avant de répondre à ton message.
7. **LinkedIn : transformer ton profil en outil de prospection** Un titre de profil bien formulé et une section « à propos » tournée vers le client font déjà la moitié du travail de démarchage.
8. **Facebook et groupes locaux : la visibilité de proximité** Utile si tu vends à des particuliers d'une même ville ou région, à condition de participer aux échanges plutôt que de seulement publier tes offres.
9. **Formats courts (Reels, TikTok) : se faire connaître sans caméra pro** Un téléphone et une idée utile par vidéo suffisent ; le vrai frein des débutants est la régularité, pas le matériel.
10. **Bâtir un calendrier éditorial réaliste quand on travaille seul** Mieux vaut deux publications tenables par semaine pendant six mois qu'une semaine intensive suivie de deux mois de silence.
11. **Créer ses visuels soi-même (Canva et banques d'images)** Savoir décliner un modèle réutilisable évite de repartir de zéro à chaque publication et donne une image cohérente.
12. **Écriture persuasive appliquée aux réseaux sociaux et aux emails** Les mêmes principes — accroche, problème du lecteur, preuve, appel à l'action — servent partout, du post au message privé.

**Prospection directe**

13. **Email marketing : constituer une liste et envoyer sa première newsletter** Une petite liste de contacts réellement intéressés vaut mieux que des milliers d'abonnés inactifs, et c'est un canal que tu possèdes vraiment.
14. **Prospection par email (cold email) : cibler, accrocher, relancer** Tout se joue sur un ciblage précis et une relance polie : un message générique envoyé à 500 personnes produit généralement moins qu'une approche personnalisée.
15. **Prospection téléphonique : préparer son appel et gérer les objections** Un fil conducteur écrit et quelques réponses préparées aux « c'est trop cher » ou « envoyez-moi un mail » changent complètement le taux de rendez-vous.
16. **Approche commerciale sur LinkedIn : invitations et prises de contact** La logique est différente de l'email : on crée d'abord un lien, on apporte quelque chose, puis on propose — sinon le compte finit « signalé » comme spam .
17. **Du premier contact au devis signé : structurer son tunnel de vente** Clarifier les étapes entre « quelqu'un te découvre » et « il paie » permet de voir où les prospects se perdent et de corriger ce point.
18. **Obtenir et gérer les avis clients en ligne** Demander un avis au bon moment et savoir répondre à un avis négatif calmement protège ta réputation, qui pèse lourd dans la décision d'achat.

**Outils, publicité et pilotage**

19. **Publicité locale avec un petit budget (Google Ads, Meta Ads)** À aborder après avoir une offre claire et un site correct ; commencer petit avec un objectif mesurable évite de brûler 300 € sans apprentissage.
20. **Mesurer ce qui fonctionne : statistiques et suivi des prospects** Suivre d'où viennent tes contacts (site, réseaux, bouche-à-oreille) et combien ils rapportent t'évite de t'investir sur les canaux les moins rentables.

*Derrière cette courte liste se cache six ans de contenu riche et varié. Nous offrons aujourd'hui ce fil conducteur aux entrepreneurs de la nouvelle génération qui aspirent à intégrer nos Ateliers.*