

Démarrage d'une entreprise en ligne

Questions à se poser:

Quel sont les champs d'activité qui m'intéressent le plus?

Combien de temps vais- je consacrer à cette nouvelle entreprise?

Quel est mon but financier précis dans 5 ans/3 ans/ 1 an?

Pourquoi est-ce que je veux atteindre ce but financier (qu'est-ce que cela va changer dans ma vie)? Je trouve au moins 25 raisons qui vont me motiver à fond à me lancer

Qu'est-ce que je vais offrir en échange du montant financier que je souhaite obtenir? Quels sont les services ou les produits que je peux échanger pour l'argent que je demande?

Qu'est ce que je peux échanger sur une base régulière afin de recevoir un revenu régulier?

Comment est-ce que je me vois une fois mon but atteint? Comment serais-je une personne différente? Qu'est-ce qui changera dans mon comportement? Qu'est-ce qui changera dans mes relations avec les autres? Qu'est-ce qui changera dans mes habitudes quotidiennes?

De ces éléments lesquels est-ce que je peux incorporer dans ma vie dès aujourd'hui? Comment est-ce que je peux, dès maintenant, me comporter comme la personne que je deviendrais afin d'être déjà cette personne aujourd'hui?

En effet, vous devez être avant d'avoir. Il vous déjà développer les caractéristiques de la personne que vous deviendrez afin de vous rendre plus rapidement à vos buts.

Si vous pensez être plus généreux quand vous aurez plus d'argent, soyez déjà plus généreux aujourd'hui (avec moins d'argent)

Si vous voulez passer plus de temps en compagnie de votre famille quand vous aurez plus d'argent,

commencez dès à présent.

Quelle est votre vision d'entreprise ?

Une vision claire vous permet de rester sur la bonne voie; il vous permet de rester sur le but. Il prévoit la totalité du parcours, vous êtes sur le point de prendre et vous donne quelque chose de tendre vers. Il est le but le plus élevé de votre entreprise.... quelque chose à laquelle vous et votre entreprise aspirez. Votre vision doit être aussi claire et précise que vous serez fier de la répéter à volonté à chaque personne que vous rencontrez.

Vous écrirez votre vision ici, une fois que vous aurez lu la suite :

Une société sans vision pourrait être comparée à un avion sans un plan de vol ... errer sans but, sans jamais savoir si oui ou non vous allez atteindre votre destination parce que vous ne l'avez pas. La plupart des gens ont une essence de ce qu'ils font ou veulent faire ... mais pas une vision. Votre vision est cette carte routière et vous garde fidèle à ce que vous voulez atteindre.

Selon Collins et Porras, 1997, les visions sont composées de 4 parties:

1. Objet
2. Mission
3. Description narrative
4. Valeurs

Le but

Dans la vision pour votre entreprise, le but est l'intention ultime de votre affaire. Il est le "pourquoi votre entreprise existe" ; quand les autres lisent, ils ont une idée de ce que votre entreprise veut être.

Par exemple:

- Disney: Pour rendre les gens heureux. DISNEYLAND ne sera jamais achevé tant qu'il y est l'imagination dans le monde.
- Mary Kay: Pour donner des possibilités illimitées aux femmes.
- Nike: Pour vivre l'émotion de la concurrence, gagner et écraser les concurrents.

Écrivez ce but ici.

Ce qui suit est un extrait du classique de Napoléon Hill, **Think and Grow Rich**, qui souligne clairement la nécessité de précision et de clarté dans la mesure où les finances sont concernées.

Six façons de transformer les désirs en or

"La méthode par laquelle le désir de richesses peut être transmué en son équivalent financière, se compose de six étapes pratiques, précises, via:

Premier : Fixez dans votre esprit le montant exact de l'argent que vous désirez. Il ne suffit pas de dire: «Je veux beaucoup d'argent." Soyez précis quant à la quantité.

Deuxième : Déterminez exactement ce que vous avez l'intention de donner en retour de l'argent que vous désirez.

Troisième : Établissez une date précise où vous avez l'intention de posséder l'argent que vous désirez.

Quatrième : Créez un plan précis pour la réalisation de votre désir, et commencer tout de suite, si vous êtes prêt ou non, de mettre ce plan en action.

Cinquième : Écrivez un énoncé clair et concis de la quantité d'argent que vous souhaitez acquérir, nommez le délai pour l'acquisition, écrivez ce que vous comptez donner en retour pour l'argent, et de décrivez clairement le plan à travers lequel vous comptez l'accumuler.

Sixième : Lisez la déclaration écrite à haute voix, deux fois par jour, une fois juste avant de se retirer pour la nuit, et une fois au lever le matin. Comme vous lisez – voir, sentir et de vous croire déjà en possession de l'argent ".

Napoleon Hill

Mission - La mission de l'entreprise est composée des grandes initiatives que vous allez accomplir. Ceci est la liste des objectifs et des actions stratégiques que l'entreprise s'efforce d'atteindre. Votre but motive votre mission. Votre mission est composée de buts et d'activités que vous pourrez vérifier; elle ne constitue pas une destination.

Exemples d'énoncés de mission hypothétiques:

Société de cosmétiques: Pour pénétrer les marchés urbains à faible revenu dans le Sud-Ouest par l'acquisition de sociétés comme société de cosmétiques *Everywoman's Cosmetic Company* en Arizona.

Câble TV Entreprise: Pour augmenter les revenus de 15% dans les 2 ans en ajoutant l'accès Internet de haut vitesse comme une offre.

Écrivez votre mission ici

Narration Descriptive

La narration descriptive est constituée de trois composantes principales:

- 1) mots ...
- 2) susciter des émotions ...
- 3) Peindre une image vivante

Les mots que vous utilisez pour décrire votre vision devraient susciter des émotions que vont peindre une image vivante dans votre esprit. La description de l'entreprise répondra à de nombreuses questions, dont certaines sont énumérés ci-dessous:

- Pourquoi votre entreprise existe-t-elle ?
- Qu'est-ce que votre entreprise représente ?
- Pourquoi faites-vous de l'entreprise que vous en faites ?
- Qu'est-ce que vous faites ?

- À quoi aspirez-vous ?
- Quelle sera l'expérience de vos clients ?
- Quelles sont vos valeurs ?

La narration descriptive est le pourquoi profond de votre entreprise. L'émotion derrière les actions.

Quelle est votre description narrative?

Valeurs

Elles touchent l'essence même de qui vous êtes. Il est fondamental de savoir quelles sont nos valeurs afin de vraiment comprendre ce pourquoi nous faisons ce que nous faisons. De plus, en connaissant vos valeurs, vous saurez avec qui vous voulez faire affaires (des gens ayant les mêmes valeurs que vous) à votre véritable essence et représentent qui vous êtes et ce que vous représentez. Ci-dessous, vous trouverez certaines valeurs afin de vous aider à énumérer les vôtres. Prenez en 5 à 10 ou créez les vôtres.

Quand vous regardez la liste, remarquez votre réaction à chaque valeur. Cochez celles qui vibrent avec qui vous êtes profondément. Certains affirment que la raison de nos désaccords ou nos disputes proviennent de valeurs différentes.

| | |
|--------------|----------------|
| L'honnêteté | Paix |
| Intelligence | Innovation |
| Sagesse | Intégrité |
| Spiritualité | Respect de soi |
| Achèvement | Famille |
| Vitalité | Argent |
| Sécurité | Apprentissage |
| Richesse | Ordre |
| Fierté | Puissance |
| Santé | Reconnaissance |
| Communauté | Réalisation |

Coopération

Promotion

Créativité

Affection

Liberté

Dans l'espace prévu, décrire un moment où vous êtes senti dans l'intégrité, honneur, respect, et en alignement avec ce que vous croyiez. Ce fut un temps où vos valeurs ont été respectée.

Maintenant, pensez à un autre moment où vous vous êtes senti vraiment frustré, en colère ou bouleversés. Ceci est probablement un moment où vos valeurs étaient en conflit ou bafouées. Décrivez la situation et la liste de ces valeurs qui vous ont fait vous sentir mal.

Examinez les descriptions de ce que vous venez d'écrire dans les deux scénarios précédents – Prenez note des moments ou vos valeurs sont mises en avant ou bafouées. Énumérez vos 10 valeurs fondamentales ci-dessous

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____

7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

Si vous deviez choisir une seule valeur sur tout le reste qui décrit au mieux la personne que vous êtes ou l'orientation de votre entreprise, laquelle serait-elle?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____

Séparation entre vos valeurs et vos buts

Il est reconnu que lorsque vos valeurs entrent en conflits avec vos buts, ceux-ci ne seront pas atteints. Les valeurs sont plus puissantes que vos buts. Pour savoir à quel point vos valeurs s'alignent avec vos buts, vous devez faire l'exercice suivant.

Prenez chacun de vos buts de vie (argent, travail, relation...) et posez vous la question. Si j'atteints ce but (ou en essayant de l'atteindre) à quel point est-ce ceci s'aligne avec ma valeur fondamentale numéro 1.

Si votre chiffre se situe de 8 à 10, vous aurez beaucoup plus d'aisance à atteindre votre but que si ce chiffre se tourne aux alentours de 4-6. Vous ne pourrez pas atteindre votre but si ce chiffre se trouve autours de 0.

Si votre chiffre est bas, vous avez 2 choix. Le premier est quasi infaisable. Il s'agit de modifier votre valeur. Le second est plus simple. Vous pouvez ajuster votre but jusqu'à ce que le chiffre monte à 8 ou même 10.

Faites-le ici

Fausses croyances

Dans le prochain exercice, nous allons analyser votre système de croyances.

Quand vous commencez à analyser votre système de croyances, vous vous rendrez vite compte que vos croyances fonctionnent sur deux niveaux différents. Vous avez des croyances qui opèrent à un niveau intellectuel conscient et croyances qui fonctionnent sur un niveau programmé subconscient profond (autrement connu comme paradigmes). Sachez que toute pensée limitante existe seulement dans vos paradigmes ... en tant que propriétaire de votre entreprise ... et non en votre potentiel ou votre capacité à créer une grande vision.

Afin de se débarrasser de ces paradigmes, la première étapes est de noter toutes les croyances qui vous empêchent d'avancer.

Qu'est-ce qui fait que vous n'êtes pas déjà au but que vous souhaitez atteindre aujourd'hui ? Quelles croyances vous y empêchent ? Vous ne le méritez pas, vous n'êtes pas assez intelligent, les gens riches sont tous des escrocs...

Notez-les ici

Ensuite, vous devez attaquez ces croyances en leur démontrant le contraire, preuves à l'appui.

Dans l'exercice suivant, vous allez prendre chacune des croyances et lui expliquer toutes les circonstances passées qui prouvent que ce que vous croyez est faux :

Ensuite, vous devez construire de nouvelles croyances. Pour se faire, vous allez choisir des croyances qui font en sorte que vous vous sentez bien et puissant, positif. Il se peut que ces croyances ont l'air fausse mais pour le moment, je veux seulement que vous les écriviez :

Ensuite, vous allez chercher (dans l'histoire du monde ou la vôtre) comment ces croyances sont prouvées. Vous allez démarrer le processus de vous convaincre des nouvelles croyances dont vous avez besoin.

Dernière étape, vous allez vous créer des affirmations pour valider vos nouvelles croyances. Une affirmation se fait sur la base d'une phrase simple, positive, dites à la première personne du singulier.

Par exemple : Je suis assez intelligente pour réussir, je mérite le succès, les riches sont généreux et aident leur prochain...

À votre tour :

Maintenant, vous allez vous créer la direction positive où vous voulez que votre entreprise se dirige. Au lieu de vous baser sur vos croyances limitantes pour décider de la réussite de votre entreprise, vous allez faire l'inverse et choisir de quoi aura l'air votre entreprise si vous n'aviez aucune croyance limitante.

Vous pouvez-vous vous demander, de quoi aura l'air mon entreprise si je ne pouvait pas échouer ?

Propulsion

Lorsque vous écrivez cette vision, visez grand et écrivez là afin qu'elle vous propulse vers l'action. Il faut qu'elle soit des plus claires possibles et concise. Il faut qu'elle dégage une quantité d'énergie infinie afin de vous propulser là où vous souhaitez vous rendre.

Il est également essentiel de faire le portrait détaillé de votre situation actuelle.

Cet état de fait va vous aide à

- 1- Voir votre progression et prendre conscience de vos progrès
- 2- Comprendre ce que vous avez à faire pour vous rendre du point A au point B

Sans ce point de départ, vous ne pouvez vous créer une carte routière vers votre succès (Est-ce que vous travaillez 80 heures par semaine, êtes-vous rentable, Est-ce que vous avez une bonne clientèle?).

Intention

L'intention de votre entreprise aura un effet énorme sur la profondeur et l'expansion de votre vision. Les gens démarrent en affaires pour une variété de raisons. Pour certains, il s'agit de remplacer un travail – ils ne veulent plus travailler pour quelqu'un d'autre et sentent "Si seulement je pouvais démarrer ma propre entreprise, les choses seraient différentes."

Décidez ce que votre entreprise sera et de son intention. Pour beaucoup des gens, c'est une tâche difficile. La plupart des gens ne le réalisent pas. Peut-être que 2 ou 3 ans plus tard, totalement épuisés et en ayant marre avec le nouvel emploi qu'ils se sont créé ... et se sentent comme ils ont besoin d'une pause. Pour d'autres, travaillez 100 heures semaines à faire quelque chose qui les passionnent n'est pas du tout du travail.

- Avez-vous démarré votre entreprise afin que de la vendre un jour?
- Avez-vous commencé à remplacer votre revenu par un autre (passif)?
- Avez-vous commencé pour le laisser à vos enfants?

- Avez-vous commencé parce que vous et votre ami avait une grande idée?
- Avez-vous commencé comme un hobby?

Pourquoi avez-vous commencé votre affaire?

À quoi pensiez-vous que votre entreprise pourrait ressembler?

Stratégies

Énumérez la liste des stratégies que vous comptez employer afin d'avoir du succès dans votre entreprise (vous pouvez vous servir des cours "Faire de l'Argent Maintenant", "Puissance des médias sociaux" et "Fortune avec les webinaires")

| Stratégie pour produire revenus | |
|---------------------------------|----------|
| TACTIQUES | SYSTEMES |
| | |
| | |

| | |
|--|--|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

Maintenant vous avez une idée claire de ce que vos stratégies et tactiques sont et vous pouvez commencer à planifier votre semaine productive axée seulement autour de celles-ci. Passez en revue les différentes tactiques que vous venez de définir et placez-les dans le calendrier ci-dessous.

Vous verrez que cela n'est tout simplement pas possible d'inclure toutes les tactiques que vous indiqués précédemment. Voilà bien. Listez seulement les tactiques qui sont les plus importantes à faire pour vous, en tant que propriétaire de votre affaire. Sachez, cela va vous aider à prioriser ce que vous devez prendre en charge immédiatement et aussi vous donner une idée de ce que les activités que vous faites actuellement qui prennent votre temps, que vous pourriez déléguer et d'embaucher quelqu'un d'autre à faire.

Actions qui produisent des revenus

| Heure | Lundi | Mardi | Mercredi | Jeudi | Vendredi |
|--------|-------|-------|----------|-------|----------|
| | | | | | |
| 8 :00 | | | | | |
| | | | | | |
| 9 :00 | | | | | |
| | | | | | |
| 10 :00 | | | | | |
| | | | | | |
| 11 :00 | | | | | |
| | | | | | |

| | | | | | |
|--------|--|--|--|--|--|
| 12 :00 | | | | | |
| | | | | | |
| 1 :00 | | | | | |
| | | | | | |
| 2 :00 | | | | | |
| | | | | | |
| 3 :00 | | | | | |
| | | | | | |
| 4 :00 | | | | | |
| | | | | | |
| 5 :00 | | | | | |
| | | | | | |

| | | |
|--|--|--|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

Vos revenus

Cette leçon sur les revenus est la partie la plus percutante de l'ensemble de cette leçon. Les revenus sont le moteur de votre entreprise et décideront de vos résultats futurs! Les stratégies que vous avez soulignées plus tôt nécessitent d'être introduit dans les revenus. S'ils ne sont pas, vous avez besoin de trouver de nouvelles stratégies. Si vous ne le faites pas, réalisez que vous avez pris une décision consciente de gérer votre entreprise comme un hobby.

Le but de votre entreprise est de faire des profits, n'est-ce pas ?

Pour ce faire, vous devez préparer vos buts financiers

Au fil du temps, remplissez ce tableau. Ainsi vous pourrez avoir une bonne idée des marges de profit générées depuis le début.

| Revenue | | Dépense | |
|---------|---------|---------|---------|
| Item | Montant | Item | Montant |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| Total | | Total | |
| | | | |

Marketing

Le marketing (pas nécessairement de la publicité) est essentiel pour que vous vendiez votre produit ou service au public. Donc, de nombreuses entreprises "marché aléatoire": ils essaient quelque chose un mois et puis essaient autre chose un mois plus tard. Il n'est pas étonnant qu'ils ne réussissent pas.

Pourquoi? Parce qu'ils ne possèdent pas une vision claire de leur compagnie pour laquelle un plan de marketing pourrait être conçu. Malheureusement, sans le plan de marketing, les prévisions de revenue ne peuvent pas être faites.

Avec le travail que vous avez déjà fait sur la vision, votre marketing peut être comme un faisceau de laser concentré afin de vous amener plus de revenus.

Dans l'espace prévu, faites la liste des composants de votre plan de marketing actuelle (Télémarketing, publipostage, des groupes de réseautage, médias sociaux, affiliation...etc.). Puis, à côté de chaque élément, vous devez indiquer comment ça fonctionne bien pour vous ou s'il cela ne fonctionne pas. Même si vous ne pensez pas que vous avez un plan, liste des choses que vous faites (ou allez faire) pour attirer de nouveaux clients, vous permettant de vendre votre produit ou service.

Activité de marketing

Est-ce que ceci fonctionne ?

Passez en revue les exercices que vous avez fait dans les leçons précédentes: soyez clair sur votre vision; identifiez les stratégies et tactiques; et la modélisation du chiffre d'affaires. Quel plan marketing vous aidera à atteindre les résultats que vous voulez?

Vous saurez alors qui est votre marché cible et pourquoi il voudrait acheter votre produit. Comme une référence rapide, détaillez ces deux éléments ci-dessous:

Marché cible

Pourquoi achètent-ils votre produit plutôt qu'un autre?

De plus,

Si vous étiez à une séance de networking et aviez deux minutes sur scène pour dire qui vous êtes et ce que vous faites, que diriez-vous? Écrivez votre réponse ci-dessous.

Réalisez ce que vous venez d'écrire est, en substance, la première impression qu'un client a de vous.

Est-ce que la déclaration était claire, concise et a-t-il dit au client exactement ce que vous faites?

Mettait-elle l'accent plus sur vous ou l'entreprise?

Est-ce que votre déclaration dirige ou appelle à l'action?

Maintenant que vous avez votre déclaration de marketing, aussi connu comme votre «discours d'ascenseur», et vous avez décrit ce que vous êtes en train de faire pour le marketing, utilisez la liste ci-dessous pour compléter, modifier, changer votre stratégie, de sorte que vous ayez un plan de marketing qui est efficace.

En travaillant sur votre entreprise, je veux que vous étiez votre plan de marketing pour inclure 16 différentes méthodes de marketing qui seront les moteurs de votre entreprise. Cochez les mots appropriés à vos besoins spécifiques.

- Télémarketing
- Publipostage
- Publicité à la radio
- Annonces imprimées
- Campagnes d'email
- Site Internet
- Campagnes Web
- Opt-in Info-lettre
- Moteurs de recherche
- Campagnes publicitaires
- TV
- Panneaux / Bannières / Signes
- Vidéos
- Brochures
- Bulletins
- Chèques-cadeaux
- Webinaires
- Programmes d'affiliation
- Back End ventes
- Pages Jaunes
- Annonces dans les journaux / magazines
- Fêtes avec rabais
- Concours avec prix aux gagnants

- Coentreprises (en partenariat avec une autre marque)
- Programmes de valorisation de la fidélisation des clients (Des remises spéciales pour les acheteurs fréquents)

Conseils pour votre réussite

Testez le marché

Évaluez son efficacité

Une bonne planification (de synchronisation et de positionnement d'une pièce de marketing – si vous voulez exécuter un Spécial de Noël, vous devriez être décidé en Août / Septembre)

Budget: combien êtes-vous prêt à dépenser pour un nouveau client; combien ça coûte pour acquérir un nouveau client?

Savoir ce que fait la concurrence ... est-ce que ça marche

Créer un programme de réponse à la clientèle (réponse aux commentaires des clients)

Cherchez un processus sophistiqué de gestion de base de données. (Quand vous faites commencer à conduire les clients dans votre plan de marketing, vous aurez besoin de définir comment ils seront gérés, suivis, revendus, etc. Ces décisions doivent être prises pendant les étapes de planification de vos efforts de marketing.)

Enquêter sur les programmes de logiciels disponibles pour la base de données et la gestion du client afin de rationaliser et d'optimiser vos efforts de marketing (nous voyons ici Aweber mais vous pouvez aussi utiliser Infusionsoft comme moi)

Plan de marketing

Reportez-vous à votre modèle de revenu, et de créer un plan de marketing pour les 12 prochains mois.

| MOIS | ACTIVITE |
|-----------|----------|
| Janvier | |
| Février | |
| Mars | |
| Avril | |
| Mai | |
| Juin | |
| Juillet | |
| Août | |
| Septembre | |
| Octobre | |
| Novembre | |
| Décembre | |

Votre plan de marketing vous fournira un visuel "brut" pour l'année prochaine. Rappelez-vous, chaque plan de marketing est soutenu par des activités ou des tâches et cela signifie la planification en soi.

Pour chaque effort de marketing, vous aurez besoin de planifier et de gérer la trésorerie du projet en conséquence.

Ces tâches doivent être projetées sur le calendrier de votre entreprise afin que tous ceux qui vous soutiennent sont aussi capable de voir où ils se situent dans cette projection. Cela conduira à la quotidienne activité de l'entreprise, qui entraîne finalement à l'augmentation de votre chiffre d'affaires.

J'espère que ces outils vous aident à plus de clareté dans ce que vous désirez faire, vendre, devenir...

Je vous souhaite tout le meilleur !