

# Comment créer l'entreprise de vos rêves en 3 mois : Les clés de Laura Mabile

La rédaction de Maddyness était présente au Startup Palace de Nantes, mardi 20 septembre, pour la sixième édition des Masterclass Entrepreneur & Success dont l'invité était Laura Mabile. En une petite heure, la jeune entrepreneure est revenue sur son parcours et la rapidité avec laquelle elle a créée « l'entreprise de ses rêves » à travers une présentation pleine d'astuces opérationnelles.

---

Avant de se lancer dans le grand bain et créer l'entreprise de vos rêves, il faut se donner un cadre pour imaginer ce à quoi elle pourrait ressembler. La réponse est différente pour chacun, Laura avait 4 principaux critères :

- Avoir une entreprise qui me permette d'être libre de son emploi du temps
- Pouvoir piloter son entreprise depuis n'importe quel endroit de la planète (pourvu d'une connexion internet)
- Avoir un impact positif sur la vie d'autres personnes
- Ne pas être sur un modèle de « temps contre argent »

A posteriori, Laura Mabile explique également que la seconde raison qui lui a

permis d'aller aussi vite est la culture entrepreneuriale acquise auparavant. De formation littéraire, elle n'avait pas suivie de formation « business » qui allait l'aider dans son parcours de créatrice d'entreprise et avoue qu'elle n'était pas tentée par l'entrepreneuriat. Le déclic est venu petit-à-petit, par curiosité, au cours de startup weekend, de rencontres puis grâce aux multiples ouvrages qu'elle a dévorés et résumés sur son blog. Elle a également suivi plusieurs formations avant et pendant la création de son entreprise.

## Créer et surfer sur une vague

Pour illustrer la façon dont son aventure a commencé, Laura utilise la métaphore de la vague. Vague qu'il faut créer puis sur laquelle il faut surfer. La vague de Laura est cet article intitulé « Pourquoi je me lève à 5h30 tous les matins (et ce que vous gagnerez à en faire autant) ». Cet article est partagé plusieurs milliers de fois, il est repris par le Huffington Post puis les médias classiques prennent le relais, de même quelques chaînes de télévision. La vague est créée et Laura doit surfer dessus. Voici ses 3 retours d'expérience :

- L'une des raisons du succès de l'article est que le contenu était incarné et non pas une explication théorique et froide d'un sujet
- Un titre accrocheur, trouvé par itération parmi une quinzaine de titres possibles. Laura conseille de prendre le temps de faire cet exercice rapide et facile pour trouver des titres d'articles
- Un concept actionnable facilement pour les lecteurs, ils doivent avoir envie de passer à l'action en lisant l'article
- Et enfin le plus important : Le lead magnet, « l'aimant à prospect », pour capitaliser sur le succès et pouvoir recontacter les lecteurs intéressés par le sujet évoqué. Grâce à ce call to action, Laura a récupéré plusieurs milliers d'email de personnes intéressées de près ou de loin par le thème du rituel matinal.

## Validation de l'offre et éventuels « pain points »

La vague est donc créée et Laura a capitalisé sur celle-ci grâce au lead magnet de l'article, que faire ensuite ?

Plutôt que de se lancer, tête baissée, dans la conception de son produit en suivant uniquement ses intuitions, il est préférable de connaître son marché.

Pour se faire, Laura a appliqué les recettes de Ryan Levesque décrites dans son livre *Ask* pour créer un Google form, d'une petite dizaine de questions, envoyé à la liste de prospects intéressés par le sujet. L'objectif étant de mieux comprendre leur attente et qui ils sont. En plus du traitement des réponses, Laura a utilisé un outil de scoring automatique du taux d'engagement (de motivation) des sondés à propos du rituel matinal. Cela lui a permis d'affiner son concept et de poser des questions supplémentaires aux sondés les plus motivés avec une approche personnelle et qualitative.

Deux livres lui ont particulièrement permis de se lancer : « La Semaine de 4 Heures - Tim Ferriss » et « The 100\$ Startup - Chris Guillebeau » dont elle propose un résumé ici. Pour créer sa formation, elle s'est notamment servi de « Create Awesome Online Courses » et « Millionaire Hustlers » (seulement sur candidature).

## Fabrication du produit

Après avoir confronté ses intuitions avec les attentes du marché, c'est naturellement le moment de concevoir son produit. Eh bien pas tout à fait. Le phénomène est encore relativement nouveau en France mais Laura conseille de pré-vendre son produit. Cela est l'étape définitive de validation. D'autres auraient dit « Fake it until you make it ». L'idée est de voir si le produit est acheté et donc de valider le produit et le pricing. Si l'objectif fixé pour la prévente n'est pas atteint, c'est que le produit ou la façon dont il est vendu n'est pas bon. Dans le cas de Laura, elle s'était fixé 50 pré-ventes, elle en a finalement eu une centaine, de quoi finir de fabriquer et lancer son produit en confiance avec une part de risque moins importante.

Les quelques points clés à retenir pour cette étape :

- Ne pas créer le produit entièrement mais dans les grandes lignes en insistant sur les bénéfices du produit.
- Mettre en place des funnels d'email
- Créer un sentiment d'urgence chez le prospect pour encourager la vente du produit.
- Pré-lancer le produit pour valider définitivement l'idée.

## Vente et gestion de la croissance

La dernière étape est de gérer la croissance et le business pour continuer d'améliorer le produit et le nombre de vente.

Voici les outils ou astuces utilisés par Laura pour gérer son business :

- Toujours essayer de travailler *sur* son business et pas *dans* son business pour continuer à l'améliorer et faire preuve de créativité
- Utiliser un outil de scoring des idées à mettre en place afin de juger de leur pertinence et déterminer des ordres de priorité
- Faire un reporting régulier des tâches effectuées pour juger de leur pertinence, leur efficacité et si elles pourraient être déléguées d'une façon ou d'une autre à l'avenir.

Dernier point intéressant qui a été abordé lors des questions / réponses, quelle légitimité avons-nous à nous exprimer ou créer un produit sur un sujet, le rituel matinal dans le cas de Laura Mabile ?

La légitimité s'acquiert avec le temps mais Laura conseille de s'entourer de

proches et d'entrepreneurs constructifs et bienveillants. L'objectif est de challenger les idées sur le fond et gagner en confiance et en crédibilité sur la forme. Laura a eu l'occasion de le faire à travers des groupes Mastermind. Ces groupes se réunissent régulièrement pour échanger sur les problèmes opérationnels que chaque membre du groupe rencontre. *« Nous étions 3 entrepreneurs avec des objectifs/intérêts similaires, et étions déjà familiers avec le principe du Mastermind, un seul d'entre nous l'avait déjà expérimenté auparavant. On en a discuté rapidement, on s'est donné une structure de fonctionnement, puis on s'est donné rendez-vous tous les vendredis matin. Ça fait plus d'un an maintenant que l'on fait ça »*, explique-t-elle.