

Freelance, j'ai réussi à vivre de mon business en 3 mois

Yéza Lucas est en poste lorsqu'elle décide de monter son business de coaching / formation / communication. Préparer son départ en étant toujours salariée lui a permis de vivre de sa nouvelle entreprise en trois mois, elle vous explique comment.

Temps de lecture : minute

17 septembre 2018

Je m'appelle Yéza (je suis sûre que c'est la première fois que vous entendez ce prénom), j'ai 28 ans et je suis entrepreneure. Oui, car les freelances sont des entrepreneurs. Ce que je fais ? Du coaching (pour les entrepreneurs), de la formation (en ligne), et de la communication (digitale). Avant de me lancer en freelance, j'étais salariée. Et aussi incroyable que cela puisse paraître, j'ai détesté : mal payée, mal considérée, je me suis retrouvée à subir l'un de ces bullshit jobs (un job vide de sens) qui sont aujourd'hui un fléau chez les millenials diplômés.

Et un beau jour, j'ai mis fin à cette routine infernale. Mais c'est en étant en poste que j'ai préparé mon départ. Et c'est grâce à cette préparation que j'ai pu vivre de mon activité en trois mois. Je vous dis comment ?

Cultivez votre réseau (et trouvez une niche)

Encore en poste, j'ai d'abord cherché un job en startup...en vain. Mon expérience de l'entrepreneuriat était alors inexistante. Je n'avais pas non plus fait d'école de commerce qui m'aurait ouvert les portes à ces jobs de rêve, où l'on pouvait alterner parties de ping-pong et travail depuis un hamac suspendu dans un espace de coworking hype.

Ciblée par une publicité sur Facebook d'une école en ligne pour entrepreneurs (LiveMentor), je réalise que le freelancing pourrait être une belle opportunité de vivre une vie plus libre, plus à l'écoute de mon rythme de travail et de ma créativité. Je décide de suivre la formation en ligne, en parallèle de mon job et applique méticuleusement les conseils donnés.

Je commence donc par me trouver une spécialisation (une niche) pour ma future activité de freelance : après quelques semaines de réflexion, je me spécialise dans le community management dans le secteur de l'Économie Sociale et Solidaire, une domaine que je connais de part mes études et mes expériences professionnelles.

Une fois la niche trouvée, il me faut construire un réseau : je multiplie donc les rencontres, les afterworks et événements le soir après la sortie du travail. Mon objectif : rencontrer un maximum de personnes qualifiée pour être identifiée et vue comme "LA" community manager du secteur.

J'utilise également une application de networking, Shapr, qui m'a par la suite permis de signer avec ma plus grosse cliente.

A côté du réseau physique, je développe ma présence en ligne grâce à la création d'une communauté de spécialisée de freelances dans l'ESS sur Facebook, que j'ai animé 6 fois par semaine au début, grâce à un planning de publication rigoureux. C'est grâce aux conseils que je donnais régulièrement à ma communauté que j'ai eu mes premiers clients dans ma niche.

J'ai également entretenu mon réseau en ligne grâce à la tenue d'une newsletter mensuelle (aujourd'hui beaucoup plus fréquente), qui m'a permis de donner régulièrement des nouvelles à mon réseau. Une newsletter c'est comme les voeux de la nouvelle année, ça permet de prendre et donner des nouvelles, mais beaucoup plus souvent. Et ça peut

ramener des clients.

J'ai utilisé mon réseau LinkedIn, pour avoir les premiers abonnés à cette newsletter en exportant les mails de mon réseau et en les importants sur mailchimp, mon logiciel d'auto-répondeur. Détail très important : j'ai envoyé un premier mail à ce réseau pour leur demander l'autorisation de recevoir ma newsletter, en lui exposant ma démarche et en lui donnant la possibilité de se désabonner.

Je me suis ainsi lancée en partant avec une audience qualifiée pour recevoir mes contenus.

Produisez des contenus (et surfez sur des audiences plus grosses)

Le secret du succès c'est la production de contenus réguliers. C'est en en prenant vite conscience que j'ai développé mon premier blog. La ligne éditoriale était alors claire : ESS, développement durable et entrepreneuriat.

Grâce à un planning éditorial rigoureux, j'ai rapidement produit un à deux contenus par semaines que je relayais sur mes réseaux sociaux et ma newsletter.

Comment trouver des idées de contenus ? Facile :

- Vous pouvez partir de votre expertise dans votre secteur d'activité si vous en avez,
- Vous pouvez demander à votre communauté quelles sont ses problématiques
- Vous pouvez faire des cas pratiques (de clients)
- Vous pouvez parler faire des retours d'expérience (de projets)
- Vous pouvez parler de vous (témoignage)

- Vous pouvez faire des interviews
- Vous pouvez rebondir sur des faits d'actualité et donner votre point de vue

J'ai pu faire grossir mon audience en surfant sur l'audience de personnes plus influentes, en proposant des interviews.

Les interviews (écrites, vidéos, peu importe !) sont un excellent moyen de travailler votre référencement naturel (en choisissant bien ses mots clefs) surtout si vous interviewez des personnes influentes de votre secteur d'activité. Repérez-les, cernez-les, contactez-les et relancez-les.

Vous pouvez également écrire des articles invités pour développer votre audience (comme je fais ici) : contactez un média influent et proposez lui un contenu gratuit qualitatif en échange d'une visibilité. C'est de cette manière que vous pourrez surfer sur une audience plus grosse que la vôtre.

Pour contacter un média, voici une méthode simple :

- Identifier le bon interlocuteur (une personne physique, sur un réseau social)
- Ecrivez lui un message très simple, courtois et direct
- Si votre interlocuteur est intéressé, vous aurez vite une réponse.

L'avantage est qu'une fois que vous avez publié un article, il vous sera beaucoup plus facile de recontacter votre interlocuteur pour publier un autre article ultérieurement.

Plus vos contenus seront partagés, plus vous aurez de chance d'être contactés. Et c'est ce qui m'est arrivée.

Travaillez votre marque personnelle (personal branding)

Si vous vous lancez en freelance, l'un des meilleurs moyens de vous faire connaître est de travailler votre marque personnelle.

N'oubliez pas : vous êtes en concurrence avec des milliers d'entrepreneurs qui proposent les mêmes produits et services que vous ! Si vous voulez-vous démarquer, ce ne sera pas avec votre CV, ni vos compétences mais avec votre personnalité et votre authenticité.

Posez-vous la question : si vous deviez choisir un prestataire de service, lequel choisiriez-vous ? Une personne trouvée sur une plateforme de mise en relation entre freelances et entreprises ou, une personne dont vous entendez parler régulièrement et qui vous inspire confiance ?

Probablement la deuxième solution. Parce que ce qui vous inspire confiance c'est un être humain, dont on dit du bien, qui sait communiquer et que l'on vous recommandera.

C'est pour ça que vous devez créer votre marque personnelle en partant de votre histoire, de vos valeurs et de l'écosystème entrepreneurial que vous vous êtes construit (votre communauté).

Pour maîtriser le Personal Branding :

- Vous devez d'abord apprendre à vous connaître
- Vous devez surveiller votre e-réputation et la rendre irréprochable.
- Vous devez maîtriser votre communication digitale
- Vous devez savoir faire passer un message avec émotion
- Vous devez travailler votre audience et votre communauté
- Vous devez travailler sur vos valeurs

La création de votre marque personnelle va vous permettre de parler de vous pour faire parler de vous et de ne jamais avoir à démarcher. Cette stratégie vous permet d'être perçu comme une personne de valeur, pour qui on est prêt à payer. Et c'est comme cela qu'en un peu plus d'un an d'entrepreneuriat, je n'ai jamais démarché.

Ces trois étapes m'ont permis de très rapidement pouvoir vivre de mon activité. Grâce à un travail de réseautage, de production de contenu et du développement de ma marque personnelle, j'ai pu faire venir les clients à mois sans me mettre dans une position de demandeur. Aujourd'hui, grâce à la trésorerie que j'ai pu mettre de côté, j'ai le luxe de pouvoir refuser les projets qui ne me plaisent pas. Si vous n'osez pas vous lancer ou que vous pensez être parti sur de mauvaises bases, on peut en parler ☐

Article écrit par Yéza Lucas