

Micro Entrepreneur

**Créer et gérer son
entreprise**

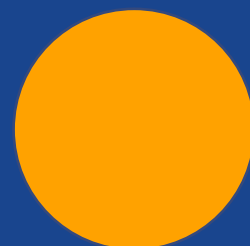


Table des matières

À propos.....	4
Mention légales.	5
Introduction.....	6
I. Les professions en micro entreprise.	9
1) Les différentes activités d'entreprise.	9
2) Les activités professionnelles réglementées.	10
II. Le projet : trouver l'idée d'entreprise.....	11
1) Nos conseils d'entrepreneurs.....	11
2) Trouver un nom de marque pour votre Entreprise.....	13
III. La gestion de la micro entreprise.....	15
1) Les obligations du micro entrepreneur.....	15
2) Le seuil de chiffre d'affaire.....	16
IV. Les méthodes pour faire connaitre votre entreprise.	17
1) Créer un site web dédié à votre entreprise.....	17
A) Quelle que soit votre activité, il est désormais primordial de posséder un site internet.....	18
B) Être présent sur Internet pour pérenniser son entreprise.....	18
2) Créer des pages dédiées sur les réseaux sociaux.....	20
3) Comment trouver des clients ?.....	21
A) Avoir un site web et des profils sur les réseaux sociaux.....	21
B) Les plateformes de mises en relation.....	21
C) Les plateformes de ventes.....	22
D) Fidéliser vos clients actuels.....	22
E) Faire des promotions.....	23
F) Aller chercher les clients en prospectant.....	23
G) Participer à des salons professionnels.....	24
H) Le bouche à oreille.....	25
I) Utiliser les outils marketing traditionnels.....	26
V. Les logiciels et sites pour vous aider à gérer votre entreprise.....	29

1) Les CRM	29
2) Campagnes Email et Emailing de masse	30
3) Gestion de réseaux sociaux	30
4) Gestion de la E-réputation	31
5) S'organiser.....	31
Remerciements.....	33

À PROPOS

Updoze agence de communication, spécialisé en communication globale, développement web et référencement SEO. Nous sommes nous même un groupement de freelance et travaillons régulièrement avec des micros entrepreneurs. Updoze est également membre de plusieurs communautés d'indépendants, nous intervenons régulièrement pour leur apporter nos conseils tant en création d'entreprise qu'en communication.

Vous souhaitez développer votre entreprise et gagner en visibilité ?

Notre équipe met son expertise à votre service pour concevoir vos supports de communications print et web, et vous apporte ses conseils dans l'élaboration d'une stratégie de communication / marketing adaptée à vos besoins. Construire une image de marque forte, vous faire connaître et développer votre entreprise ensemble telle est notre mission.

N'hésitez pas à nous contacter :

Updoze - Communication Print et Web

contact@updoze.com

<https://updoze.com>

MENTION LEGALES.

Titre : Micro entrepreneur – Créer et gérer son entreprise.

Edition et mise en page : Updoze

Cette œuvre est protégée par le droit d'auteur et strictement réservée à l'usage privé du client. Toute reproduction ou diffusion au profit d'un tiers, à titre gratuit ou onéreux, de tout ou partie de cette œuvre et strictement interdite et constitue une contrefaçon prévue par les articles L-335-2 et suivants du code de la propriété intellectuelle. L'auteur se réserve le droit de poursuivre toute atteinte à ses droits de propriété intellectuelle dans les juridictions civiles ou pénales.

Notre agence s'assure d'être aussi précise et complète que possible lors de la rédaction de l'ouvrage et s'assure de mettre régulièrement à jours les informations. Toutefois en raison de l'évolution rapide de l'écosystème de la micro entreprise et des outils présentés, Updoze ne peut être tenu responsable de l'inexactitude de certaines de ces informations.

Bien que nous mettions tout en œuvre pour vérifier les informations, nous ne pouvons être tenus responsables : d'éventuelles erreurs, omissions, interprétations ou compréhensions erronées, voire l'échec de votre projet entrepreneurial.

Tout comme nos conseils et nos informations délivrés dans cet ebook n'assurent en aucun cas la réussite ou l'échec du projet ni des revenus qu'il génère. Le lecteur est tenu seul responsable de ses actes et de la bonne ou mauvaise gestion de son entreprise. Faisant appel à son propre jugement et ses capacités pour agir en conséquence.

Ce livre ne peut être utilisé en tant que source légale et juridique en droit des affaires, du commerce, comptabilité ou gestion financière.

INTRODUCTION

Face à la recrudescence de nombreuses questions posées sur Internet et les Réseaux Sociaux de la part des futurs ou des actuels entrepreneurs, nous avons décidé de rédiger un guide complet avec l'essentiel des informations. Afin que chacun puisse avoir l'accès à l'information sans passer des heures sur la toile à chercher la réponse.

Devenir entrepreneur n'est pas inné, cela s'apprend. La création d'une entreprise ne doit pas être négligée. On ne parle pas de vendre de façon exceptionnelle des produits ou services, mais bien une structure professionnelle déclarée avec des obligations. Il y a encore trop d'entrepreneurs qui ouvrent une micro entreprise sans même avoir pris le temps de s'informer correctement. Ne faites pas cette erreur, c'est le but même de ce livre qui va vous permettre de créer et gérer votre entreprise avec l'intégralité des informations relatives au statut de la micro entreprise.

Bien que certaines informations ne s'appliquent qu'au statut de micro entreprise, sachez que le contenu de cet ebook peut également vous guider dans la création de votre entreprise quel que soit le statut juridique choisi.

La création d'entreprise est un phénomène qui s'amplifie de plus en plus et qui séduit bon nombre de Français grâce à sa simplicité en termes de formalité de création et de gestion d'entreprise. En réponse à un environnement économique, politique et social, en 2019 c'est deux entreprises sur cinq qui ont été immatriculées et enregistrées en micro entreprise (ex auto entreprise). La micro entreprise est une Entreprise Individuelle (EI) qui présente de gros avantages pour tout futur entrepreneur :

- Une activité complémentaire pour un revenu supplémentaire
- Ou une activité principale

- Une opportunité pour sortir du chômage en créant son propre emploi
- Un test grandeur nature pour évaluer une idée, un concept, un projet
- Un bon moyen pour se mettre à son compte à moindre coût

Qui peut devenir micro entrepreneur ?

La réponse est simple, tout le monde. Que vous soyez salarié, à la retraite, étudiant, demandeur d'emploi, homme ou femme au foyer, et même fonctionnaire.

L'élaboration du projet entrepreneurial se déroule en 10 étapes :

- L'idée
- Le projet personnel
- L'étude de marché
- Les prévisions financières
- Trouver les financements
- Les aides
- Choisir le statut juridique
- Les formalités de création
- Installer l'entreprise
- Et les premiers mois d'activité

Bon à savoir

Les demandeurs d'emplois peuvent cumuler les revenus de leur activité indépendante ainsi que de leur allocation chômage. Il est également possible pour les activités agricoles non-salariés d'exercer en plus en micro entreprise. Les artistes-auteurs en fonction de leur activité pourront de même exercer en micro-entreprise s'ils ne dépendent pas de l'AGESSA ou de la MDA.



Attention : Le statut de la micro entreprise étant régulièrement soumis aux réformes, il est fortement recommandé de vous tenir informé des changements relatifs. Notamment concernant les seuils de chiffre d'affaires et TVA, les cotisations sociales, les aides et les obligations qui changent fréquemment. Vous pourrez trouver toutes ces informations relatives au changement du statut sur les sites internet indiqués dans notre webographie à la fin de l'ouvrage.

I. LES PROFESSIONS EN MICRO ENTREPRISE.

Les activités commerciales, artisanales et certaines activités libérales peuvent être exercées sous le statut de micro entreprise à condition de ne pas dépasser le seuil de chiffre d'affaires hors taxe. Ce seuil, calculé sur une année civile (de janvier à décembre), se fixe en 2020 à 72 500€ pour une activité de prestations de services, d'artisanat et de locations meublées. Et à 176 200€ pour toutes activités de vente de marchandise et d'hébergement. Au-delà de ces seuils, vous devez passer au régime réel.

1) Les différentes activités d'entreprise.

Commerciales : Elles consistent en l'achat-revente de biens, de marchandises ou de prestations de services. Ces activités doivent être immatriculées au Registre du Commerce et des Sociétés (RCS).

Artisanales : Toutes activités consistant à fabriquer, transformer et à réparer des biens, de façon manuelle. Leur immatriculation se fait au Répertoire des métiers.

Sachez que le stage de préparation à l'installation (SPI) n'est plus obligatoire. Désormais, il vous est possible de choisir de le passer ou non sur la base du volontariat au prix de 194 €. Ainsi que de choisir un plan de personnalisation en fonction de votre secteur d'activité.

Libérales : Pour les professionnels relevant de la CIPAV ou des régimes de retraite des travailleurs indépendants. À savoir, les architectes, ingénieurs-conseils, géomètres experts, experts agricoles et fonciers, accompagnateurs de moyenne montagne, économistes de

la construction, experts automobile, guides de haute montagne, guides conférencier ou encore les moniteurs de ski, les consultants, les dessinateurs, les designers, les moniteurs d'auto-écoles, les chiromanciens, les magnétiseurs, etc.

2) Les activités professionnelles réglementées.

Par le décret exécutif n°97-40 du 18/01/97, pour exercer certaines activités professionnelles, vous devez remplir quelques conditions, notamment :

- Détenir un diplôme d'Etat ou une licence,
- Avoir une expérience professionnelle minimum, une carte professionnelle,
- Demander une autorisation ou un agrément administratif.

Pensez à vérifier quelles conditions vous devez remplir lors de votre demande d'immatriculation afin d'éviter un refus.

II. LE PROJET : TROUVER L'IDEE D'ENTREPRISE.

C'est d'abord votre envie de créer votre propre entreprise qui vous pousse à rechercher une idée. Tout votre projet va découler de celle-ci qu'il va vous falloir travailler tout au long du processus de création d'entreprise. Ne vous arrêtez surtout pas à votre première idée, creusez-là !

Sur un marché porteur gardez en tête qu'il faut un « petit plus », une valeur ajoutée à apporter, pour vous démarquer de la concurrence. Gare aux idées surdimensionnées, au manque de compétences, aux barrières juridiques, au manque de financements, etc. Ces obstacles peuvent amener de nombreux créateurs à abandonner leurs projets.

1) Nos conseils d'entrepreneurs

Voici six conseils pour trouver votre business :

1. Cultivez votre passion. Si vos parcours scolaire et professionnel ne vous ont pas conduit à pratiquer votre passion, ne baissez pas les bras, seules votre ambition et votre détermination comptent. Elles peuvent être déterminantes pour la création de votre entreprise.
2. Ne vous laissez pas influencer par les médias. Coaching déco, éducation, cuisine... les publicités et émissions télévisées peuvent influencer vos choix. Attention toutefois, ce n'est pas parce qu'un métier vous plait au premier coup d'œil qu'il vous correspond sur le terrain. Rien de tel que de passer par l'étape « immersion », via un stage d'observation pour se rendre à l'évidence. Cela vous permettra de

prendre en compte tout ce que votre projet va vous demander, l'investissement financier et personnel, à lui seul, suffit parfois à en faire abandonner plus d'un.

3. Apporter une valeur ajoutée. Votre idée vous paraîtra bonne, mais pas forcément nouvelle. Veillez, inspirez-vous d'idées existantes, exploitez leurs points forts et améliorez leurs points faibles. Partez d'un produit classique et recherchez l'innovation !
4. Ecoutez votre entourage et inspirez-vous de besoins insatisfaits. Que ce soit votre propre besoin ou ceux d'un proche, inspirez-vous-en pour créer quelque chose qui y répondra parfaitement.
5. Importer un concept étranger. Vous partez en vacances ou allez vivre à l'étranger et trouvez un concept qui fonctionne très bien, mais qui n'existe pas en France. Importez-la, en ajoutant votre touche personnelle.

La chasse au brevet. Beaucoup d'innovations peuvent être dormantes et inexploitées commercialement. Trouvez celle qui vous fait vibrer et développez-la, apportez des améliorations, etc. Tenez compte du fait que ces projets demandent du temps. Généralement plusieurs années s'écoulent avant qu'elles puissent voir le jour et être commercialisées, assurez-vous donc d'avoir suffisamment de patience et des revenus auxiliaires.

2) Trouver un nom de marque pour votre Entreprise

Cette question primordiale est le point de départ à la naissance de votre une marque ou de votre entreprise. C'est le premier élément donné aux futurs clients. Votre nom garantit votre visibilité sur internet et optimise votre référencement naturel.

Concrètement sans un nom pertinent et bien réfléchi vous n'existez pas sur le marché.

Pour qu'il soit valable, celui-ci doit remplir quatre conditions :

- Être inventé
- Être disponible
- Être licite
- Et être susceptible d'être représenté.

Pensez qu'il s'agit d'un vrai choix marketing et stratégique. Le nom de votre entreprise ou de votre marque détermine le logo, votre nom de domaine/le nom de votre site internet, votre identité visuelle et vos adresses mails.

Définition du nom :

Choisissez un **nom unique** qui ne représente que votre marque, illustrant votre activité plus ou moins subtilement si vous êtes amené à étendre votre domaine d'activité.

Ce nom doit être :

Facile à prononcer : dans toutes les langues, pas seulement la vôtre surtout si vous souhaitez vous développer à l'international.

Facile à retenir : il est donc préférable qu'il soit court, 4 syllabes environ.

Ne suivez pas la mode et choisissez un nom intemporel qui prend compte de l'avenir.

L'univers de l'entreprise :

Définissez votre univers, vos cibles, vos valeurs et votre position pour créer votre nom.

La technique du brainstorming vous y aidera, en notant toutes vos idées et vos noms, puis en affinant pour en faire ressortir un nom de marque respectant les critères déjà cités.

La traduction :

Si vous venez à vous développer à l'international, vérifiez vos textes, vos documents et la traduction de votre marque afin qu'elle ne soit mal interprétée.

III. LA GESTION DE LA MICRO ENTREPRISE

1) Les obligations du micro entrepreneur

Bien que la micro entreprise soit un statut simplifié, cela ne vous dispense pas de certaines obligations, à savoir :

- Ouvrir un compte bancaire dédié à votre activité et séparé de votre compte personnel. Si votre chiffre d'affaires dépasse 10 000 € par an. Vous disposez d'un an à compter du dépassement des 10 000 € pour le faire. (Voir les chapitres « Le compte bancaire dédié à l'entreprise » et « Quelle banque choisir pour votre micro entreprise ? »)
- Tenir un registre de vos achats et vos ventes (Voir le chapitre « La gestion comptable – Le livre des dépenses et recettes »).
- Etablir une facture pour chaque prestation ou vente
- S'immatriculer et s'enregistrer auprès du registre correspondant à votre activité.
- Souscrire aux assurances en fonction de votre activité (Voir le chapitre « Souscrire aux assurances et mutuelles respectives »).
- Déclarer votre chiffre d'affaire et payer vos cotisations (Voir le chapitre « Calendrier des démarches du micro entrepreneur – Les dates des diverses déclarations »)
- Déclarer la TVA si vous sortez du régime en franchise de base,

- Payer - la deuxième année - les frais de chambre du commerce ou de l'artisanat.
- Payer la CFE à partir de la deuxième année (Voir le chapitre « Les impôts et la micro entreprise – qu'est-ce que la CFE ? »).
- Payer vos impôts. Le chiffre d'affaire est à déclarer dans la section « revenus non-salariés »
- Respecter les réglementations spécifiques à certaines activités (débit de boissons, vente de métaux précieux, etc.)
- Tous les documents commerciaux doivent présenter les éléments d'identification obligatoire (Voir les chapitres « Les informations obligatoire de la facture » et « Les mentions obligatoire du devis »).
- Les établissements recevant du public doivent être accessibles aux personnes en situation d'handicap.

2) Le seuil de chiffre d'affaire

Particularité du statut, l'activité en micro entreprise ne doit pas dépasser un seuil de chiffre d'affaire fixé annuellement.

Pour les ventes de marchandises et prestations d'hébergements le seuil est de 176 200€ sur une année civile complète.

Pour les prestations de services BIC et BNC ce seuil est fixé à 72 500€.

Pour une activité mixte le seuil se fixe à 176 200€ dans lequel vos prestations de services ne doivent pas dépasser le chiffre d'affaire de 72 500€.

IV. LES METHODES POUR FAIRE CONNAITRE VOTRE ENTREPRISE.

Une fois votre entreprise créée ou reprise vous allez devoir vous développer et ainsi garantir votre rentabilité. Pour cela vous allez devoir prospecter, et convertir ces prospects en clients. À l'ère du numérique, il est impossible de faire l'impasse sur certains outils.

1) Créer un site web dédié à votre entreprise

Développer votre entreprise sans Internet vous pensez que c'est possible ?

Aujourd'hui il devient de plus en plus difficile de penser faire du business sans créer un site web pour son entreprise. Et ce sera de plus en plus compliqué dans le futur. Nous sommes loin de l'effet de mode qu'a connu le site web d'entreprise au début d'Internet. Une entreprise qui possède un site dédié à son activité est désormais une règle basique. Imposée par l'évolution des modes de consultations et de consommation à l'échelle mondiale.

A) Quelle que soit votre activité, il est désormais primordial de posséder un site internet.

Les consommateurs ont pris pour habitude de consulter Internet pour répondre à la moindre de leur question. Ils sont de moins en moins patients et désirent tout, tout de suite. Si vous n'êtes pas présent sur Internet, vous avez peu de chance de vous faire connaître.

Pourquoi ? Parce que 80 % des consommateurs consultent d'abord le net à la recherche d'informations avant d'acheter. Internet étant devenu le meilleur outil marketing qu'une entreprise a à sa disposition. Vos clients doivent pouvoir découvrir votre entreprise à travers votre site, quand ils le veulent et où ils le veulent, en nourrissant leur curiosité et en facilitant la prise de contact.

Votre site a donc pour rôle d'être accessible dans le monde entier, et ce, 24 heures sur 24. Son but est de répondre à une question posée par un internaute ou à un besoin. Ce qui vous permet de vous faire connaître et d'acquérir des clients.

B) Être présent sur Internet pour pérenniser son entreprise.

Le client prend sa décision à l'aide des informations disponibles, il compare les offres, et cela, généralement grâce à Internet. En accédant au contenu, aux photos et aux descriptions de votre produit ou de votre service, vous apportez à votre prospect ce qu'il est venu chercher : des réponses à sa requête qui le prédisposent potentiellement à souscrire à votre offre.

Le site web est un facteur de crédibilité. Un support explicatif de communication montrant au client que votre entreprise est active. C'est également une source de revenus plus qu'appréciable en termes de commerce. Si vous bénéficiez d'un site marchand, vous donnez la possibilité au client d'acheter directement peu importe le lieu où il se trouve.

C'est aussi un outil de fidélisation, si votre client peut obtenir tout ce qu'il recherche sur votre site, alors vous vous assurez de sa pleine satisfaction et d'achats réguliers. Les avis clients, pages les plus visitées, donnent vie au site. Elles fournissent de nouvelles informations aux prospects sur vos produits et vos services, sur leurs qualités ainsi que sur leur réelle utilité.

Lorsque vous prenez la décision de ne pas avoir de site dédié à votre entreprise vous prenez le risque de ne pas exister auprès de la majorité de vos clients.

Bon à savoir

Évitez de créer votre site sur des plateformes comme WIX, etc. Ces sites proposent, certes, la création de site web gratuit ou discount. Mais ils ne sont en aucun cas adaptés à une activité professionnelle. Ils dégradent votre image professionnelle, coûtent cher sur le long terme, sont mal référencés et ne permettent pas la conception d'un site sur mesure. La conception d'un site est un métier, si votre budget le permet faites appel à un professionnel.

Vous pouvez en apprendre davantage sur le sujet via notre site : Updoze.com

2) Créer des pages dédiées sur les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux, de plus en plus populaires permettent de renforcer votre présence sur Internet, mais aussi de toucher plus de cibles et de clients potentiels. Simples et intuitifs, les réseaux sociaux connaissent une croissance exponentielle non négligeable pour toute entreprise.

Dès lors qu'un utilisateur découvre un produit ou un service qui l'intéresse, les études montrent qu'il s'empresse de le partager avec toute sa communauté. C'est un énorme potentiel, car il contribue à développer une base de clients, une image de marque et un chiffre d'affaires.

Il est simple de faire part de son avis ou de son expérience par rapport à un produit ou service sur les réseaux. Sachez qu'en communication les avis négatifs se répandent bien plus rapidement que les avis positifs, utilisez-les à votre avantage en y répondant et en recherchant une solution tandis que les avis positifs valoriseront votre image.

Ces avis rassurent le client, s'il est recommandé par de nombreux autres utilisateurs alors il est probable que l'objet en question intéresse encore plus de prospects.

Avoir une page d'entreprise sur Facebook, Twitter, LinkedIn et Instagram n'est donc pas négligeable.

3) Comment trouver des clients ?

A) Avoir un site web et des profils sur les réseaux sociaux.

Comme nous venons de le voir précédemment, aujourd'hui la majorité de la population utilise Internet lorsqu'elle recherche quelque chose. Simple et efficace on trouve en quelques clics ce que l'on souhaite. Alors concrètement ne pas être présent sur la toile c'est être inexistant aux yeux de nombreux clients potentiels.

Utilisez des réseaux sociaux pour vous faire connaître, communiquez vos actualités, animez vos profils afin de montrer à vos potentiels clients que votre entreprise est active. Ne sous-estimez pas les réseaux de professionnels, c'est un outil extrêmement pratique pour démarcher vos futurs clients B To B.

B) Les plateformes de mises en relation.

Les plateformes de mise en relation sont très pratiques pour trouver **des clients à chauds**. Autrement dit, prêts à acheter un produit ou un service dans un laps de temps court. Ces sites, en grands nombres, sont particulièrement adaptés aux métiers pratiqués en télétravail.

Les plus connus sont :

- [5€.com](#)
- [Fiverr](#)
- [Malt](#)

→ [404 work](#)

Toutefois, ces plateformes de freelances sont fortement concurrentielles et ne doivent en aucun cas être votre principale source de revenus. Rappelez-vous que vous devez étendre votre réseau et vos techniques de prospection pour développer une activité pérenne.

C) Les plateformes de ventes.

Les plateformes spécialisées dans la vente de services ou de marchandises peuvent également être un excellent terrain pour trouver des clients en complément de votre site ou de votre boutique. Simples à utiliser, elles bénéficient d'une notoriété forte sur le net, vous permettant ainsi de pouvoir y vendre très facilement.

Parmi ces sites on compte :

→ [Amazon](#)

→ [LeBonCoin](#)

→ [Ebay](#)

→ [Esty](#)

D) Fidéliser vos clients actuels.

Parce qu'un client fidélisé a plus de chance de revenir chez vous dans un premier temps. Un client satisfait coûte moins cher à garder que de prospecter pour trouver un autre client. Un client satisfait peut vous apporter d'autres clients grâce à ses avis et au bouche-à-oreille. Il est

donc important de rester en contact avec eux, de rester à leur écoute, d'envoyer une newsletter, d'offrir des remises, des produits gratuits et pourquoi pas une carte de fidélité.

E) Faire des promotions.

Les promotions et les réductions sont de puissants leviers marketing permettant des ventes supplémentaires. Elles sont à privilégier pour les clients que vous avez déjà acquis, car ils connaissent votre entreprise et ses valeurs.

Soyez original dans vos offres afin de vous différencier de la concurrence. Organisez des jeux-concours, ne ratez pas les périodes de soldes, proposez le parrainage avec un produit gratuit, etc.

F) Aller chercher les clients en prospectant.

Il ne suffit pas d'avoir un site Internet pour être sûr que les clients vont affluer. Ne vous dites surtout pas « Je mets en ligne mon site et vois ce qu'il se passe », il ne se passera rien du tout. Vous devez aller les chercher grâce à la prospection commerciale.

Commencer par définir quels sont les cibles de votre activité, quel type de clients sera intéressé par ce que vous proposez, segmentez le marché et surtout préparez vos arguments de vente.

L'emailing est un très bon outil à ne pas négliger pour cette étape. Peu coûteux, il permet de toucher un large public. Votre message doit être

clair et personnalisé pour atteindre votre interlocuteur et le pousser à l'action. La méthode s'applique aussi pour le smsing.

Prospectez également par téléphone, tout d'abord définissez minutieusement l'objectif de votre entretien pour construire votre argumentaire, définissez s'il s'agit de décrocher un rendez-vous, une prise de commande. Pensez à vos phrases d'accroches et à la réponse aux objections. N'hésitez pas à prendre des notes et à améliorer votre argumentaire.

Autre détail important, votre environnement doit être calme, car les bruits parasites peuvent vite être agaçants et peuvent perturber le bon déroulement de l'entretien. Votre voix peut véhiculer beaucoup de choses, soyez sûr de vous, motivé et souriant, cela sera d'autant plus agréable pour votre interlocuteur.

G) Participer à des salons professionnels.

Ce sont des lieux incontournables pour augmenter votre notoriété et entrer en contact avec des prospects professionnels. Ils vous permettent de présenter votre entreprise et vos produits/services, soyez prêt à répondre aux questions, car les personnes qui viennent aux salons sont d'abord à la recherche d'informations. Cet événement permet de rappeler à vos anciens clients vos différents produits et services.

Vous pourrez ainsi véhiculer l'image d'une entreprise dynamique qui suit à la trace, l'actualité de son secteur. C'est aussi l'occasion de rencontrer de nouveaux partenaires pour vos affaires.

H) Le bouche à oreille.

Même si vous n'avez pas le contrôle du bouche-à-oreille c'est un facteur d'influence. Si l'un de vos clients est satisfait de votre entreprise alors il est susceptible de vous recommander auprès de personne qu'il connaît. Grâce à son influence, vous pouvez gagner de nouveaux clients.

Parlez avec vos clients, soyez à leur écoute, demandez des recommandations, remerciez-les lorsqu'ils font part de leur satisfaction. Utilisez également les questionnaires de satisfaction, grâce à cet outil vous pouvez évaluer le taux de satisfaction de vos clients, si vos offres répondent à leurs attentes ou non, quelles sont les améliorations à apporter, etc.

Malheureusement, une mauvaise réputation se répand aussi vite qu'un virus alors qu'une bonne réputation se construit. Les clients se fient de plus en plus aux recommandations et aux avis d'autres clients ou de leurs proches, c'est pourquoi le bouche-à-oreille doit véhiculer une image positive de votre entreprise.

l) Utiliser les outils marketing traditionnels.

Les outils de communication traditionnelle sont les meilleurs canaux pour vous faire connaître. Ils ont fait leur preuve dans le temps et sont utilisés par toutes les entreprises dans le monde.

Les flyers : Proposez un message simple, clair, mais percutant et un appel à l'action immédiat avec des flyers et prospectus que vous pouvez distribuer en boîte aux lettres et/ou dans la rue.

Affichage : L'affichage au sein ou en dehors de votre entreprise : sur les bus, les taxis, les panneaux publicitaires, les écrans vidéo, etc. doit être régulièrement mis à jour. Votre vitrine être animée en fonction des saisons ou des événements par exemple.

Les panneaux en magasin peuvent être de la PLV classique (ex : stop rayon, promo, réduction spéciale, identifiant de rayon, création d'univers...), mais ils peuvent aussi être de l'affichage multimédia ou interactif.

Le Carcovering : Ce sont les véhicules, comme votre voiture personnelle ou professionnelle, les scooters, les camions de livraison, etc. Ce sont des supports de communications que vous déplacez et stationnez, qui vont pouvoir générer un gain de notoriété sur les zones de fort passage.

La documentation de l'entreprise : Tous vos documents commerciaux doivent porter votre logo, vous pouvez également y ajouter des codes promos, réductions ou autre.

Les objets publicitaires et les goodies :

Ils ont plusieurs objectifs définis :

- Soit rester dans la mémoire du client après une visite, un salon... votre objet étant conservé sur le bureau du contact.
- Remercier un client pour une commande importante,
- Être remis par un distributeur à ses prospects en cadeau
- Être un "bonus" offert pour une commande importante
- Soit être un plus produit.

Les partenariats :

- L'intérêt est d'avoir un échange gagnant-gagnant
- Un communiqué de presse commun annonçant le partenariat
- Soit via de l'échange de visibilité dans les newsletters, les médias sociaux...
- Via un flyer dans des boîtes des produits
- Soit via de la PLV, un logo sur des packagings

Listing des autres moyens de communication :

- Les cartes de visite pour laisser vos coordonnées.
- L'échantillon et offre d'essais, pour convaincre par l'utilisation en quantité limitée.
- Les applications mobiles.
- Les relations de presse,
- Magazines et journaux locaux,
- Influenceurs, Youtubeurs.

- La radio, pub TV,
- Le sponsoring,
- Fiche produit, démonstrations sacs et emballages,
- Annuaire professionnels, journée porte ouverte.
- La RFID, les QR Code, ce sont des outils de communication qui permettent de jouer sur l'interactivité ou la géolocalisation avec le client. Vidéo de présentation de votre entreprise, présentation d'un produit, spot publicitaire, vidéo buzz.
- La signature d'email.
- Les forums et groupes sur Internet.
- Google Ads et Google maps via une page my business.
- Sites de petites annonces.

V. LES LOGICIELS ET SITES POUR VOUS AIDER A GERER VOTRE ENTREPRISE

Pour bien démarrer la gestion de votre entreprise et vous aidez à la développer nous vous avons concocter une sélection des meilleurs outils disponibles. Tous les liens sont cliquables et renvoient directement sur le site officiel présentant les fonctionnalités de chaque outil.

1) Les CRM

Les logiciels de gestion de relation clients vous permettent de mieux gérer la partie commerciale, le développement de vos ventes et le suivi clients/prospects.

- [Dolibarr](#)
- [Facture.Net](#)
- [Crème CRM](#)
- [Suite CRM](#)
- [Agile CRM](#)

2) Campagnes Email et Emailing de masse

Parce que votre boîte mail n'est pas destinée à faire de l'envoi de mail en masse, optez pour une solution d'emailing. Liée à votre adresse mail, vous pouvez personnaliser vos emails et bénéficiez de design professionnel pour l'acquisition de lead.

[Mailjet](#)

[Sendinblue](#)

[MailChimp](#)

[Newsletter2go](#)

[BenchMarkEmail](#)

3) Gestion de réseaux sociaux

Les outils indispensables pour gérer plus vite vos réseaux sociaux comme un Community manager.

[SocialPilote](#)

[Combin](#) pour Instagram uniquement

[Buffer](#)

[DLVR.it](#)

[TweetDeck](#) pour Twitter seulement.

[Iunfollow](#) pour Twitter uniquement

[Zapier](#)

4)Gestion de la E-réputation

La e-réputation est ce que les autres disent de votre entreprise sur internet et les réseaux sociaux. La toile étant immense, il est impossible de connaître votre bonne ou mauvaise réputation et de répondre aux commentaires sans outils adaptés.

[Mention](#)

[SocialMention](#)

[Google Alert](#)

[NetVibes](#)

5)S'organiser

Être entrepreneur c'est aussi une question d'organisation. Ces outils pourront vous aider à garder le cap et ne pas vous laisser dépasser par les événements.

[Evernote](#)

[Wunderlist](#)

[Google Agenda](#)

[Trello](#)

[Slack](#)

[Google Drive](#)

[Dropbox](#)

[Wetransfer](#)

REMERCIEMENTS

Merci d'avoir téléchargé et lu l'extrait de notre ebook [Micro Entrepreneur : Créer et gérer son entreprise](#).

Nous espérons que cet aperçu vous a plu et vous a permis d'en apprendre un peu plus sur la création d'une micro entreprise.

Pour vous guider dans votre projet de création d'entreprise, notre ebook complet est disponible sur [Amazon](#).



Vous pouvez également nous retrouver sur notre site web : [Updoze.com](#) et notre blog pour y découvrir nos services et de nouveaux conseils.

À bientôt !