

NAVIGUER DANS L'INCONNU

basé sur l'expérience...



GrillageMind

INTRODUCTION :

L'objet de cet ebook est de donner quelques règles de base à tout entrepreneur novice afin de l'aider à définir son objectif et lui permettre de s'orienter en toute confiance au travers des différentes étapes. Il vous fait entrer dans un processus de travail constitué de cycles et de réajustements.

Il s'articule en 3 axes principaux :

1. Définition de l'objectif et de ses étapes
2. Gestion émotions / mindset
3. Stratégie opérationnelle



I) Définition d'objectif

1) Où est-ce que tu souhaites aller ?

Je souhaite exercer en collaboration avec le milieu de la santé. Je souhaite avoir un cabinet dans un éco-système où il y a d'autres compétences complémentaires autour de soi.

Maintenant, il va falloir faire quelques recherches sur le net ou discuter avec d'autres personnes qui ont pris un parcours similaire.

Quand est-ce que tu penses atteindre cette vision au vu du niveau de connaissances que tu as actuellement (1 an, 2 ans, 3 ans) ?

2) D'où est-ce que tu pars ? Quelles leçons ai-je apprises ?

J'ai déjà essayé de monter un cabinet et ça n'a pas marché...

Je veux me concentrer uniquement sur le développement de mes compétences. J'ai déjà accompagné plusieurs personnes depuis. Je ne veux pas trop m'exposer.



3) Avec ton niveau de connaissances actuel, peux-tu citer 2 ou 3 étapes par lesquelles il va falloir passer ?

Avoir ton propre cabinet ?

Servir / Apporter du soin à X personnes par mois ?

Acquérir déjà un premier client ?

Passer un examen plus avancé de sophrologie ?

Remarque :

Jusqu'ici on est resté sur la vision à long terme. Le but, c'était d'avoir une estimation réaliste des efforts à venir et prendre conscience de la distance à parcourir.

Si tu es encore motivée après la question, c'est un très bon signe. Ça veut dire que ton désir de servir surpasse ta peur de la difficulté. Maintenant on va passer à la partie actions à court terme.

II) Stratégie Opérationnelle

- 1) s'organiser en cycle de 3 semaines et se focaliser sur le One thing* (la priorité N°1).



- Quel est ton 1 Thing pour le premier cycle 1 ?
- Quel est ton 1 Thing pour le deuxième cycle 2 ?
- Quel est ton 1 Thing pour le troisième cycle 3 ?

Le 1 Thing représente ta priorité absolue à accomplir sur le cycle en question. Ça veut dire que ton énergie doit être investie au maximum pour atteindre ce résultat au détriment des autres.

Exemple :

Il peut être exprimé en termes de résultat mais c'est généralement mieux en termes d'actions pour atteindre un résultat.

“Obtenir un client“ *est moins précis que* “contacter 36 personnes pour trouver 1 client“

Pour plus de détails, lire <https://www.the1thing.com/>

2) Stratégie d'approche :



As-tu une cible en particulier ?

Exemple : Les enfants, les adultes hypersensibles, les sportifs, les femmes, les Ehpad, les cadres d'entreprises, ...

As-tu une cible généralisée ?

Dans ce cas, tu connais le besoin de ta cible sans connaître les sous catégories.

Exemple : Les personnes hypersensibles, celles avec une phobie particulière, ... Maintenant, il va falloir aller sur le terrain pour réaliser la première phase...

3)La prospection :

a.Prospection directe

Fonctionner par groupe de 12 approches avec la même intention.

Exemple : “Je discute avec 12 étudiants et je note les feedbacks. “

J'intègre les corrections et les nouvelles informations obtenues.

- Une information peut être le fait de découvrir un problème.
- Une information peut être voire émerger un segment de clientèle majoritaire.
- Une information peut être de voir que les gens ne réagissent pas positivement à la proposition de service.

Puis je relance une séquence de 12 approches et réitère le processus...

En au plus 12 approches x 12 séquences = 144 approches, j'arriverai au bon résultat.

On peut partir du général au particulier.

On commence par discuter avec “n'importe qui” en se basant sur les zones de fortes affluence (gare, pôle d'entreprises, etc.) puis on restreint les zones de prospection en segmentant (universités, hôpitaux, etc.)

Dans le discours ne pas mentionner les éléments que l'on pense problématique, si on peut prouver en live que l'on a la compétence. Il ne s'agira pas de mentir, mais de ne pas dire ce qui nous préoccupe. Laisser l'interlocuteur poser la question, si c'est un doute pour lui.



Exemple :

Quand je faisais de la prospection à l'université je disais *“j'aide les procrastinateurs à mettre en place des habitudes ...”*

J'avais déjà testé mes techniques auprès de certaines personnes et ça fonctionnait.

Ce que je ne disais pas est qu'à ce moment, tous étaient des connaissances proches. Je n'avais pas encore organisé d'ateliers avec des inconnus. Toutefois je n'avais pas besoin de le mentionner dans mon discours d'approche. J'étais convaincu que je pouvais aider, mais quand on me posait la question dessus, je répondais de façon transparente.

Les doctorants m'ont fait confiance et c'est comme ça que j'ai décroché deux ateliers auprès d'eux.

b.Prospection indirecte : construire son réseau en se focalisant sur ce que l'on a déjà.

- Toujours commencer par ceux qui nous entourent.
- Un bon moyen de commencer la conversation est de leur dire que vous amorcez un projet et souhaitez le point de vue averti d'une personne extérieure.

Ensuite expliquez le projet sans chercher à vous protéger du *“c'est une idée minable”*. C'est dans la réaction des personnes en face qu'émerge les émotions fortes qui génèrent ensuite les pensées qui nous disent quoi faire.

Pratique pour faciliter l'approche directe : S'approcher de la personne avec un support physique

Mieux vaut toujours tenir un petit cartable ou un porte document
Par exemple, une page de document qui résume 2 cas déjà traités de façon synthétique.

Techniques anti-procrastination



Il arrive fréquemment qu'on sache ce que l'on doit faire, mais on hésite. Ça peut-être d'aller cogner au bureau d'une personne qui nous a été recommandée, ou d'aller parler à un inconnu par intuition ou de rencontrer une autorité ".

Trop de doutes, de questions, d'anticipation émergent. Au pire cela nous paralyse, au mieux, on y va mais avec la voix tremblante, sans conviction.

En prospection, notre travail est de poser les questions, de poser le cadre et de laisser l'interlocuteur nous donner les réponses. Donc même si l'on est sûr que l'on sera rejeté ou critiqué, il faut y aller.

Pour cela on peut utiliser des techniques simples pour évacuer ou taire nos doutes temporairement, pour se donner du courage ponctuellement.

Technique 1 : affirmations ciblant la peur d'être critiquée en cas d'échec.

Étape 1 : on identifie les peurs qui nous bloquent en arrière-plan. Qu'est ce qui va m'arriver au pire des cas ?

- Il va penser que je ne suis pas compétent.
- Il va penser que je suis un charlatan.
- Il va me demander mon diplôme.
- Je risque bégayer, oublié mon pitch.
- Je risque de ne pas avoir les réponses à toutes ses questions.
- Comment je vais faire s'il pense que je ne viens que pour l'argent?

Étape 2 : on se répète 12 à 23 fois qu'on accepte que le pire des cas arrive.

- J'accepte d'avoir honte parce que je serai perçu comme un charlatan.
- J'accepte de me sentir humiliée car je n'ai pas de diplôme à ressortir.

Quand on fait ça, on remarque la pression descendre au fur et à mesure que l'on répète l'affirmation. On aura moins d'appréhension. Ça nous laisse une fenêtre de 5-10 min pour agir et passer à l'action.

Technique 2 : se focaliser sur la valeur (le soin) apportée à l'audience.

Quand on a trop peur de ce qui va nous arriver si on fait une erreur, c'est parce qu'on est focalisé sur « nous ». L'astuce ici c'est de recentrer le focus sur l'autre ».

- **Quelle est la valeur ajoutée que j'apporte à l'audience ?**

“Oui je suis autodidacte, oui je suis jeune. Oui je n'ai pas tout de diplôme. Mais je suis ici pour faire du bien. Je suis convaincue qu'il y a des gens qui souffrent énormément de leur charge émotionnelle. Je suis convaincue que mon approche peut les soulager”.

Comme c'est l'impact qui nous motive, la guérison qu'on apporte aux autres surpasse notre syndrome de l'imposteur. Le simple fait de se concentrer sur le soin aux autres fait que les peurs s'atténuent. Cette technique m'a permis de « déplacer des montagnes d'émotions ».

III) Prises de décision : Savoir détecter quand pivoter et comment le faire.

1- Pivots (ajustements)



Au fur à mesure que tu prospectes, il y a des panneaux de signalisation pour te guider. Les plus importants sont ceux qui te signalent de prendre un virage.

Les pensées qui émergent des émotions les plus fortes sont les panneaux de changement de direction.

- Généralement elles apparaissent ponctuellement. Il convient d'avoir une bonne sensibilité interne pour les détecter. Mais si l'émotion est vraiment forte, elle ne passera pas inaperçue. Si tu as déjà conscience de cela, tu sauras qu'il faut prêter attention à ce qui se passe à l'intérieur et noter immédiatement les pensées qui te viennent (quitte à demander un instant à la personne que tu interrogues).

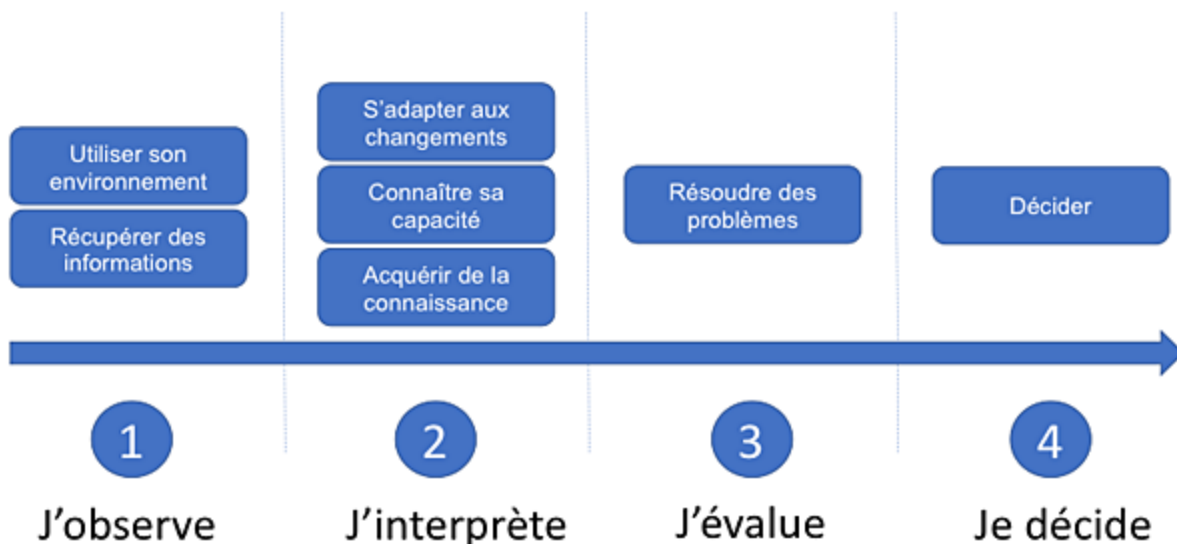
Les pensées qui reviennent fréquemment sans une émotion particulière sont aussi des panneaux de signalisation.

- Généralement c'est une remarque ou une question simple de la personne qu'on interroge. Comme on n'accorde pas une grande importance selon notre perception, ça passe inaperçu la première ou la deuxième fois. Mais dès la 3e fois, ça fait déjà "entendu". Là, il faut noter et implémenter une correction rapidement.

Dans les deux cas, il faut intégrer les corrections dès que l'on s'en rend compte (au plus tôt) et à la prochaine vague de 12 entretiens (au plus tard).

2- Action Tendance minimaliste et tendance maximaliste

- **J'ai une intention** : je veux recevoir et traiter des gens dans ma cabine.
- **Tendance maximaliste** : je dois avoir un cabinet.
- **Tendance minimaliste** : je peux les recevoir chez moi.



Chacune des deux options a des conséquences (finances, encadrement, réception, vie personnelle).

Quand on explore de nouvelles pistes, ce qui compte c'est le passage à l'action avec ce que l'on a maintenant, et non ce que l'on souhaite avoir.

Dans le cas maximaliste, on se bloque sur un frein (argent, autorisations, etc.), dans le cas minimaliste, on peut réaliser l'action et décider soi-même des imperfections annexes (réception, limite vie privée professionnelle). C'est en fonctionnant par petit bout comme cela que la solution va émerger.

Prendre l'habitude de toujours privilégier la tendance minimaliste. Dès que votre esprit dit "***mais je suis bloqué par...***" Ralentissez et zoomez ***n'y a-t-il pas quelque chose de plus simple que je peux faire maintenant qui va dans cette intention ?***"

IV) Gestion des incertitudes sur le résultat voulu.

1) Comment taire ses doutes intérieurs ?

Le réflexe qu'on a c'est de se demander : "Que dois-je faire pour que tout se passe bien ? Que faire si ça passe mal ?" C'est une question à tendance maximaliste.

Devant l'incertitude, le premier réflexe doit être de minimiser le regret car c'est l'émotion la plus destructrice intérieurement. **C'est une chose de prospecter et de ne pas trouver de clients, c'est une autre chose d'abandonner avant même d'être passé à l'action de façon conséquente.**

Dans le second cas, les remords se manifesteront sous la forme d'interrogations :

« Que se serait-il passé si j'avais fait x ou y ? »

« Pourquoi n'ai-je pas tenté ? ».



La question à se poser est : “*Que dois-je faire pour éviter de regretter même si j'échoue ?*”

Avec cette approche, tu sauras réduire le champ des possibilités face à l'incertitude. Ça évite d'être submergé, d'être anxieux car tu as accepté d'avance que les actions que tu fais peuvent ne pas donner le résultat attendu.

Ça t'aide à te mettre en mouvement. Une fois en mouvement tu verras que des fenêtres d'opportunités que tu n'entrevois pas maintenant, vont s'ouvrir. (à partir de la 12ème action).

Liste des besoins pour débiter la prospection en direct

- Page avec quelques cas concrets déjà traités
- Tableau de 12 entretiens pour recueillir les feedbacks
- Tableau avec cycle de 3 semaines
- Qu'est ce qui me fait le plus peur / honte maintenant ?

Résumé de quelques points à retenir :

- Au niveau opérationnel fonctionner par cycle de 3 semaines.
- Durant la prospection, prêter attention aux pensées qui émergent au moment où vous avez des émotions de fortes amplitudes lors de vos entretiens. Prêter aussi attention aux pensées qui reviennent fréquemment (plus de 3 fois) quand vous avez des émotions de faible amplitude.
- Du point de vue de l'exécution, toujours privilégier la tendance minimaliste sur la tendance maximaliste. Quand on doute de l'incertitude sur l'atteinte du résultat, se focaliser sur le minimum d'actions à prendre pour ne pas regretter.