

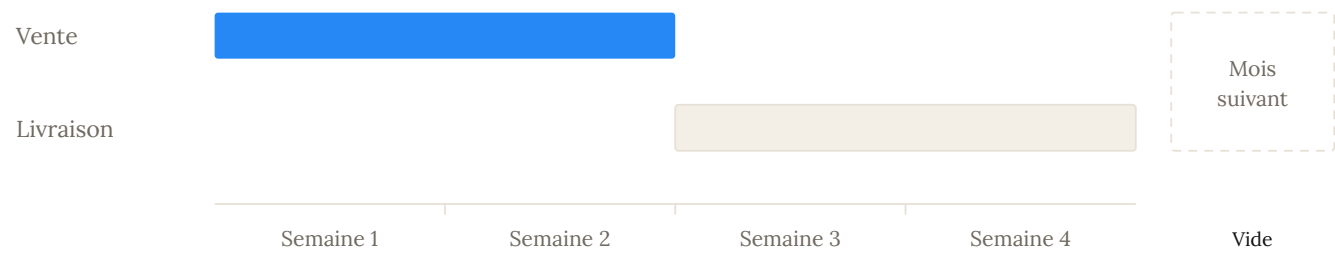
Pourquoi votre activité plafonne, et comment la débloquer.

Dix minutes de lecture. Ce qui bloque une activité d'expert n'est presque jamais l'expertise, et ce qui la débloque se fait dans un ordre précis.

Un mandat démarre, et tout le reste s'arrête.

Les journées se remplissent. La prospection s'arrête. Vous ne publiez plus. Le mandat se termine, et le mois suivant s'ouvre sur un carnet vide.

Ce n'est pas un problème de discipline. C'est l'arithmétique d'une activité portée par une seule personne : deux métiers, la vente et la livraison, et quatre semaines pour les deux.



Deux semaines à vendre, deux semaines à livrer. Rien ne s'est vendu pendant que le mandat tournait, donc le mois d'après commence à zéro.

Les trois verrous qui vous bloquent.

Presque toutes les activités d'expert qui stagnent butent sur l'un de ces trois verrous. Le reconnaître évite de forcer le mauvais.

1. L'offre n'est pas lisible

Un inconnu lit votre profil et ne sait pas ce qu'il achèterait. Les signes : on vous demande souvent « et concrètement, tu fais quoi ? », votre prix se discute à chaque fois, et vos propositions sont toutes différentes.

2. La demande ne vient pas

L'offre se vend quand vous êtes en face de quelqu'un, mais personne ne vous trouve tout seul. Les signes : tout vient de la recommandation, et les mois calmes suivent les mois chargés sans que vous sachiez pourquoi.

3. L'exécution ne tient pas

Vous vendez et vous livrez, mais jamais en même temps. Les signes : vous publiez par vagues, vos relances s'arrêtent dès qu'un dossier démarre, et vous rattrapez l'administratif le dimanche.

Comment trancher en une minute

Prenez vos trois derniers clients. S'ils ont eu besoin d'une longue explication pour comprendre ce que vous vendiez, c'est le premier verrou. S'ils viennent tous de gens qui vous connaissent déjà, c'est le deuxième. S'ils sont arrivés pendant un creux et jamais pendant un pic, c'est le troisième.

LA PREMIÈRE CLÉ

Une offre qu'un inconnu comprend en dix secondes.

Tant que votre offre demande une conversation pour être comprise, chaque client coûte une conversation. C'est le plafond le plus courant, et le moins cher à lever.

Une offre lisible tient en quatre lignes : pour qui, quel problème, ce qui est livré, et ce que ça change. Rien sur votre méthode, rien sur votre parcours.

AVANT

J'accompagne les dirigeants dans leurs transformations, avec une approche sur mesure fondée sur trente ans d'expérience.

APRÈS

Je remets à flot les PME industrielles de 10 à 50 millions dont la marge s'est effondrée. En quatre-vingt-dix jours, vous savez quoi arrêter, quoi garder et à quel prix vendre.

La version de droite se répète à l'identique par celui qui vous recommande. C'est le vrai test : une offre lisible se transmet sans vous.

LA DEUXIÈME CLÉ

Un client hors de votre cercle, au tarif que vous annoncez.

Un client venu d'un ami prouve qu'on vous fait confiance. Un client venu d'ailleurs prouve que votre offre tient debout sans vous. Tant que le second n'existe pas, tout ce qu'on construit par-dessus repose sur votre réseau.

- Écrivez la liste des trente personnes qui ont le problème que vous réglez, et que vous ne connaissez pas.
- Approchez-les une par une, avec une première phrase qui ne pourrait aller à personne d'autre.
- Annoncez votre tarif au premier appel, sans le baisser pour obtenir le oui.
- Notez ce qui fait dire non. Trois fois la même objection, et c'est l'offre qu'il faut corriger, pas le message.

Ce client-là vaut plus que son prix. Il vous donne la phrase que vous mettrez partout ensuite, celle qui dit ce que vous avez changé pour quelqu'un qui ne vous devait rien.

Trois réflexes qui coûtent six mois.

Publier davantage. Une offre floue publiée trois fois par semaine reste floue, et vous aurez confondu du bruit avec du mouvement.

Baisser le prix. Le prix bas attire ceux qui décident au prix, donc ceux qui vous compareront à d'autres offres moins chères. Et il vous prive du client qui aurait payé selon la valeur que vous lui apportez.

Changer de marché. Chaque virage remet la liste, la page et la preuve à zéro. Au bout de quatre, vous avez quatre débuts et aucune activité.

DANS L'ORDRE

Ce que vous pouvez faire seul, cette semaine.

- **Jour 1.** Écrivez vos quatre lignes. Faites-les lire à quelqu'un qui ne connaît pas votre métier, et demandez-lui de vous les répéter.
- **Jour 2.** Corrigez-les jusqu'à ce qu'il les répète sans hésiter.
- **Jour 3.** Posez-les en haut de votre profil et de votre page, à la place de votre titre actuel.
- **Jour 4.** Faites la liste des trente inconnus.
- **Jour 5.** Écrivez aux cinq premiers. Une question chacun, et rien à vendre.

Cinq jours, et vous saurez lequel des trois verrous vous tient. C'est le seul but de cette semaine.

Pipewrite aide les experts confirmés à rester visibles et à décrocher des missions tout en continuant à travailler.
pipewrite.com