

C'EST DÉCIDÉ, JE ME LANCE !

Vous avez pour projet d'ouvrir votre institut mais vous ne savez pas vraiment comment vous y prendre ? Laurent Bertrel et Sophie Lenoir, coachs spécialisés en création d'entreprise, vous donnent les outils pour construire votre projet et vous livrent leurs conseils d'experts.



Par Laurent BERTREL et Sophie LENOIR, Agoracademie

Que votre projet soit déjà bien avancé ou qu'il ne s'agisse encore que d'une idée confuse, vous allez découvrir dans cet article les éléments que vous devez prévoir pour faciliter la création de votre institut et surtout pour vous assurer que celui-ci passe avec succès le cap fatidique des premières années d'existence. Car le plus difficile n'est pas de créer votre entreprise ; la difficulté est, dans la pratique, de la lancer et d'en assurer sa pérennité.

L'une des premières choses à faire est de réfléchir consciencieusement à cet objectif qui va transformer votre vie et celle de votre entourage. Il convient donc de vérifier que le métier de chef d'entreprise est celui qui vous convient vraiment. Directement connectée à votre objectif, mentalement et émotionnellement, vous allez ainsi pouvoir booster votre motivation, pierre angulaire de votre réussite.

Vous découvrirez ensuite les autres pierres qui vous permettront de réussir la construction d'un édifice solide. Le business plan vous aidera à structurer votre projet pour lui donner toutes les chances d'aboutir et surtout de perdurer. Le plan de communication vous accompagnera enfin dans le lancement de votre activité avec la création des premiers outils pour vous faire connaître.

Prête ? Suivez le guide !

SUIS-JE VRAIMENT FAITE POUR DEVENIR CHEF D'ENTREPRISE ?

Si vous lisez cet article, c'est que vous pensez sans doute que oui, vous êtes faite pour être chef d'entreprise. Mais en êtes-vous certaine ? Savez-vous vraiment ce qu'est une chef d'entreprise et surtout ce que cette fonction implique ? Notre propos n'est pas de vous décourager et de vous inciter à renoncer mais simplement d'éveiller votre curiosité

et de vous pousser à la réflexion. Partant du principe qu'une esthéticienne avertie en vaut deux, nous vous invitons maintenant à prendre quelques minutes pour dresser la liste de ce qu'est pour vous le métier de gérante d'institut de beauté. Pour ce faire, vous pouvez dans un premier temps vous fier à votre expérience, puis essayer de décrire le travail de votre employeur actuel. N'hésitez pas à être précise dans vos réponses et à élargir vos horizons : gestion des stocks et commandes, classement des papiers et comptabilité, publicité et communication, recrutement, animation d'équipe ou formation

d'une apprentie si vous ne vous lancez pas seule, etc.

Une fois cette liste terminée, vous allez vous rendre compte qu'il s'agit bel et bien d'un autre métier que celui d'esthéticienne. Vous devez donc vérifier que ces disciplines extra-professionnelles ne vous rebutent pas puisque certaines d'entre elles vous engagent personnellement et légalement. Certes, si vous avez le budget, vous allez sans doute déléguer certaines tâches à un comptable ou à un conseil en communication. Mais c'est malgré tout vous et vous seule qui restez à la barre de votre navire et, pour naviguer en toute tranquillité, il convient d'en connaître les moindre recoins en ayant également une vision globale de votre environnement.

•
**Monter une
entreprise n'est
pas difficile,
par contre,
après...**



Doc. Majivecka

Important : je m'assure du soutien de mon entourage, de ma famille et de mes amis

La création d'entreprise est une magnifique aventure mais elle est extrêmement énergivore et consommatrice de temps. Parce qu'il vous faut tout construire, l'étude de votre marché, le plan d'affaires de votre future activité, votre plan financier pour les cinq prochaines années, le plan de communication pour vous faire connaître, puis vous organiser pour tout gérer en même temps lorsque vous vous lancez, sans oublier bien sûr l'essentiel –vos clientes– vous serez amenée à faire de très grosses journées sur de longues périodes. Ne négligez pas ce point, parlez-en avec vos proches pour vous assurer de leur soutien.

Comme tout créateur d'entreprise, vous rencontrerez aussi de nombreuses difficultés sur votre parcours et serez parfois assailli de doutes. Mobilisez vos proches comme ressources sur lesquelles vous pourrez vous appuyer à tout moment.

Quelle est ma motivation ?

Devenir entrepreneur est un rêve pour beaucoup et, chaque année, des dizaines de milliers de nouvelles entreprises sont créées. Mais le parcours vers l'entrepreneuriat n'est pas toujours facile et, malheureusement, nombreux sont ceux qui doivent cesser leur activité avant même leur première année d'existence. Le chemin est long et semé d'embûches mais vous avez en main toutes les clés pour atteindre le succès : une solide formation, de l'expérience en tant qu'esthéticienne et idéalement de manager, un budget, un entourage bienveillant qui vous soutiendra et vous laissera

passer le temps nécessaire au développement de votre entreprise... mais aussi et surtout beaucoup de motivation. Effectivement, un élément essentiel et déterminant dans votre réussite est votre niveau de motivation. Et pour être motivée il faut avoir un objectif.

Pour être motivée il faut avoir un objectif.

Nous savons que votre objectif est «je veux m'installer à mon compte». Cet objectif est bien formulé puisqu'il ne dépend que de vous et est formulé positivement. Mais est-il réaliste pour l'instant ? Avez-vous par exemple la bonne formation, un budget suffisant et est-ce que la situation économique locale vous est favorable ?

Si oui, alors listez maintenant ce que cela va vous apporter concrètement (avantages, bienfaits, bénéfices, plaisirs, profits, privilèges..., bref tout ce que vous allez pouvoir en retirer de positif) en réalisant une liste précise et la plus exhaustive possible. En effet, tous les détails comptent et plus elle sera longue, plus votre objectif vous apportera, plus votre motivation à l'atteindre sera grande, forte et puissante. Puis, en regardant cette liste d'éléments si importants pour vous ou en la lisant à haute voix, vous devez sentir une forme d'excitation venant renforcer votre motivation. Dans le cas contraire, il est encore temps de s'interroger un instant sur les raisons de votre motivation...

Une astuce : dès que vous ressentez une baisse de moral et de motivation, connectez-vous à cette liste pour vous rebooster ! Elle est comme un phare qui vous montre le chemin surtout dans les moments difficiles. Il convient donc de la placer dans un endroit facile d'accès, dans votre bureau par exemple. →

Important : je prends le temps d'acquérir de l'expérience avant de me mettre à mon compte

Vous terminez votre formation d'esthéticienne et êtes déjà impatiente de commencer à exercer votre beau métier. Vous voyez grand et rêvez déjà de votre propre institut... STOP ! La création d'entreprise requiert de devoir gérer de très nombreuses activités simultanément : administration, comptabilité, achats, développement commercial, communication, etc. Si vous débutez, concentrez-vous d'abord sur votre métier et donnez-vous le temps de vous sentir complètement à l'aise. Familiarisez-vous ensuite progressivement avec les aspects liés à la gestion d'entreprise, par exemple en vous formant auprès de la responsable de l'institut dans lequel vous travaillez ou bien en suivant des cours. Cela peut prendre plusieurs années mais vous verrez qu'elles seront bénéfiques aussi pour vous permettre de consolider votre projet et vous lancer au moment où vous êtes vraiment prête.

Comment saurai-je que j'ai atteint mon objectif ?

Viendra ensuite le temps de structurer votre objectif en vous posant la question suivante : «À quoi saurai-je que j'ai atteint mon objectif ?». Cette question vous aide à jalonner votre parcours entre le moment où vous vous lancez et celui où vous profitez des fruits de votre travail. Qu'allez-vous ressentir à ce moment-là ? Qu'allez-vous sans doute entendre de la part de votre entourage ? Qu'allez-vous voir concrètement ?

Pour bien répondre à ces interrogations, fermez les yeux et essayez de visualiser le moment où vous allez atteindre votre objectif. Plus la visualisation de votre rêve sera forte émotionnellement, plus vous décuplez votre motivation.

Cela vous permet aussi de commencer à planifier votre organisation :

- Où vais-je m'installer ? Dans quelle ville ? Quel est le lieu idéal ? Puisque vous l'avez visualisé, servez-vous donc de ce rêve éveillé pour produire le schéma de votre future réalité.
- Avec qui ? Vais-je travailler seule ? Ai-je besoin d'une apprentie ou d'un comptable ? D'un autre support ?
- Quand ? Est-ce pour cette année ? En octobre ?
- De quelle manière ? Seule ou bien avec une associée ? En collaboration avec une marque, une franchise ?

Je vérifie l'écologie de mon système

Maintenant que votre motivation est au plus haut, il faut impérativement vérifier qu'il n'existe aucun inconvénient à atteindre votre objectif. Nous ne parlons pas ici d'une clause de non-concurrence attachée à votre contrat de travail (même s'il faut bien entendu absolument y penser)

mais plutôt à votre entourage proche dans le but de vérifier que vous n'allez pas mettre en péril l'écologie du système dans lequel vous vivez : équilibre familial, sentimental, professionnel, etc.

Ainsi, posez-vous la question suivante : «Y a-t-il un inconvénient, pour moi ou pour les autres, à atteindre mon objectif ?».

Si oui, il est encore temps de changer d'objectif.

Comme vous allez forcément devoir renoncer à quelque chose pour vivre votre rêve, mieux vaut anticiper les éventuelles difficultés que d'avoir à les résoudre dans le feu de l'action, entre une épilation et un massage relaxant...

À cette étape du processus, il ne vous reste plus qu'à identifier ce qui vous empêche encore d'atteindre votre objectif (vos limites, vos freins...) et ce dont vous avez besoin pour l'atteindre (d'une formation, d'un budget plus conséquent...).

Vous vous sentez prête ? Alors, passons à la deuxième étape.

Visualiser le moment où vous allez atteindre votre objectif.

COMMENT CONSTRUIRE MON BUSINESS PLAN ?

Maintenant que vous savez où vous voulez aller, concentrons-nous sur les moyens pour y parvenir. Ouvrir votre institut implique en effet d'analyser votre marché, de composer et de positionner votre gamme de produits et de services, d'estimer vos revenus et vos dépenses, de préparer un plan financier pour avoir une vision de votre activité sur plusieurs années. Bref, de vous assurer, autant que faire se peut, que celle-ci sera rentable !

J'analyse mon marché

Le secteur du bien-être est en plein essor ; c'est une opportunité pour lancer votre institut mais vous n'êtes pas la seule à la saisir... Pour faire la différence, une bonne analyse de votre marché est indispensable :

- Quelles sont les caractéristiques du secteur des instituts de beauté ?
- Quelles sont les tendances ? Les perspectives d'avenir ?
- Les clientes vous ont-elles fait part de besoins qui ne sont pas satisfaits ?
- D'autres instituts sont-ils actifs sur le même créneau que celui que vous envisagez ? Et à proximité de l'endroit où vous voulez vous implanter ?
- Qui sont vos principaux concurrents ?
- Comment pouvez-vous vous différencier par rapport à eux ? →

Important : j'étudie à fond le secteur et ses tendances

Pour étudier le secteur d'activité spécifique sur lequel vous souhaitez vous lancer, rassemblez toutes les informations possibles. Cette phase de recherche peut être longue, mais elle est essentielle pour vous positionner au mieux dès le départ et ainsi faciliter le succès de votre institut.

Lisez Les Nouvelles Esthétiques, consultez les annuaires, les sites Internet, analysez ce que font vos concurrents, contactez les associations professionnelles, visitez les salons... Cette phase est également l'occasion d'échanger avec des esthéticiennes déjà installées qui pourront vous donner des conseils et vous faire bénéficier de leur expérience.

Je prépare mon offre et je la positionne

En vous connectant à votre motivation, vous avez visualisé votre rêve. Mettons-le maintenant sur papier :

- Quels sont les produits et services que je veux proposer ? Sous quelle forme ?

Exemples : gamme de massages du monde, massage anti-stress accompagné d'une séance de relaxation, forfait épilation sans rendez-vous, soins à domicile, vente de produits à base d'ingrédients naturels régionaux... Notez toutes vos idées, même les plus folles.

- Quelle est ma clientèle cible ? Quel est son profil (âge, sexe, localisation géographique, tranche de revenus, type de profession, etc.) ? Quelles sont ses pratiques de consommation ? Quels sont ses critères d'achat (qualité de service, réputation, prix) ? Quelles sont ses valeurs ?

Pour chacun des produits et services que vous aurez listés, demandez-vous qui cela va intéresser.

Un bon moyen de mieux connaître vos futures clientes est de prêter attention à leurs lectures. N'hésitez pas à demander à quelques personnes que vous pensez être dans votre «cœur de cible» à quels blogs, forums ou revues elles s'intéressent.

- À quel endroit vais-je exercer mon activité ? Ai-je besoin d'un local ? De quelle taille ?
- À quel prix vais-je proposer mes produits et mes services ? Quels sont les prix généralement pratiqués ? Quels sont ceux des instituts concurrents ? Quel est le prix juste que je peux proposer ?

Besoin d'être accompagnée par des professionnels ?

Laurent et Sophie vous proposent un accompagnement personnalisé, sur mesure, selon vos besoins : coaching, formation en ligne, accompagnement pour la réalisation de votre business plan ou de votre plan de communication, réalisation de vos outils de communication... Contactez-les pour un devis personnalisé. Un tarif préférentiel est réservé aux lectrices de Nouvelles Esthétiques.

Pour plus d'informations :

nouvelles-esthetiques@agoracademie.com
www.agoracademie.com

Ce prix devra être à la fois assez bas pour être jugé acceptable et que vos clientes aient la possibilité de s'offrir vos services, et assez élevé pour que vos prestations soient jugées de bonne qualité.

- Enfin, comment pourrais-je résumer en une phrase (5 mots maximum) mon activité ? Quels sont les mots clés qui caractérisent pour moi cette activité ? Quel pourrait être le slogan de mon entreprise ?

Définissez les mots clés qui portent les valeurs de votre projet. Par exemple : qualité, région, bien-être, zen, sur-mesure... Notez ici vos premières idées et votre slogan si vous en avez déjà un en-tête ; ils vous serviront également pour votre référencement sur Internet.

J'élabore mon plan financier

La condition essentielle à remplir avant de vous lancer est de regarder si votre affaire est potentiellement rentable. Vous devez ainsi prévoir le financement nécessaire à votre installation, puis toutes vos recettes, vos dépenses, et les planifier pour les cinq prochaines années. Pour réaliser votre plan financier, faites-vous accompagner par un expert-comptable. Il vous aidera à vous assurer de la viabilité de votre projet à court et à moyen terme.

Pour créer votre institut, vous devez prendre en compte l'ensemble des ressources déjà à votre disposition : avez-vous placé de l'argent sur un compte en vue de la création de votre entreprise ? Disposez-vous d'un apport personnel ? Avez-vous besoin de contracter un prêt auprès d'une banque ? Ces ressources doivent vous permettre de financer les frais de création de votre institut, déposer les statuts de votre société si vous en créez une, vous faire connaître (inscription dans les annuaires, création d'un site Internet, de flyers, d'une

publicité), acheter du mobilier professionnel et du matériel, etc. Assurez-vous également que ces ressources couvrent au moins les 3 à 6 premiers mois de votre activité, le temps de recruter vos premières clientes et de les fidéliser.

J'évalue mon seuil de rentabilité

Qu'est ce qu'une affaire rentable ? Pour le savoir, vous devez prévoir l'ensemble de vos recettes, c'est-à-dire le chiffre d'affaires que vous allez dégager de vos prestations et de la vente de produits mais aussi l'ensemble de vos dépenses de fonctionnement : les frais liés à votre local, les achats de produits et de fournitures, le remboursement de votre prêt si vous en avez contracté un, mais aussi les taxes et les impôts.

Le seuil de rentabilité correspond au moment où les recettes de votre institut couvrent l'ensemble de ses frais fixes (frais à payer quel que soit le niveau d'activité, comme le local, les frais d'entretien, les assurances, l'électricité, l'eau, le chauffage, le téléphone, les frais bancaires, les honoraires de votre comptable, les abonnements, les cotisations sociales, les impôts...) et de ses frais variables (frais liés à l'activité, incluant notamment les achats de produits et de fournitures). À ce moment, vous ne faites ni perte,

•
**Quelle
est ma clientèle
cible ?
Quel est son
profil ?**

ni bénéfique. Mais attention, ceci n'inclut pas votre propre rémunération !

Bien sûr, vous savez aussi que votre activité sera très fortement liée à la saisonnalité. Lorsque vous élaborez vos prévisions de chiffre d'affaires sur l'année, envisagez donc un chiffre d'affaires plus bas pour les mois d'été, quand vos clientes sont en vacances, et plus important lors des mois de fêtes et avant l'été, quand elles préparent les vacances. Vous pouvez aussi compter sur toutes les occasions spéciales comme les bonnes résolutions du début d'année, la Saint-Valentin, la fête des Mères et la fête des Pères, la rentrée...

COMMENT ME FAIRE CONNAITRE ?

Important : je communique dès le début

Vous avez consacré tellement de temps à la mise en place de votre projet, votre réflexion, vos recherches, votre étude de marché, votre plan financier, la négociation d'un prêt, etc. que vous avez le sentiment que la terre entière est au courant. Ce n'est pourtant pas le cas... Malheureusement de nombreuses personnes qui montent leur affaire tombent dans ce piège. Pour vous faire connaître, il vous faut faire savoir qui vous êtes, ce que vous proposez, etc. Bref : communiquer !

Un créateur d'entreprise nous a confié n'avoir jamais pris le temps de se faire connaître quand il a lancé son activité car il pensait que son seul travail lui permettrait d'attirer du monde. Résultat : les clients se font rares et il travaille maintenant depuis plusieurs années sans pouvoir encore se verser de salaire. Et comme son affaire est peu fréquentée, l'image qu'elle renvoie n'est pas très attractive, ce qui n'améliore pas la situation. Si c'était à refaire, il n'hésiterait pas à investir en communication pour se faire connaître dès le début et accompagner le lancement de son activité. Bien sûr c'est un investissement, mais les bénéfices sont quasi-immédiats.

Je donne un nom à mon institut et je crée mon logo

Le nom de votre institut est l'élément le plus important de votre identité. Il doit en effet permettre d'identifier immédiatement votre activité, inspirer confiance et être facilement mémorisable pour être retenu et répété. C'est aussi un enjeu de positionnement sur un marché très concurrentiel et l'opportunité de vous différencier en affirmant vos points forts.

Voici quelques conseils pour vous guider dans le choix du nom de votre institut :

- ce nom doit être simple, court et facile à retenir,
- dans la mesure du possible, il doit reprendre les mots clés de votre activité.

À vous de jouer maintenant ! Notez sur une feuille de papier tous les mots clés qui vous viennent en tête pour décrire

votre activité. Laissez libre cours à votre imagination et aux associations d'idées, amusez-vous à les assembler dans le but de trouver celui qui représentera le mieux votre activité. Puis, testez-le auprès de votre entourage proche tout en prenant garde de ne pas le divulguer à une personne pouvant vous le dérober. Sans devenir parano, n'oubliez pas que vous entrez maintenant dans un monde de concurrence parfois féroce et pas toujours loyal...

Dès que le nom est choisi, vérifiez auprès de l'INPI (Institut National de la Propriété Industrielle qui gère les marques déposées) qu'il est bien disponible et qu'une autre esthéticienne ne l'a pas déjà choisi. Ensuite, achetez donc ce nom de domaine sur Internet.

À partir de ce nom, vous pouvez maintenant créer votre logo et votre slogan.

Le logo est la première chose que les gens voient. Il est le visage de votre activité et ce dont les gens se souviennent. Comme votre nom, le logo est une occasion de vous positionner et d'affirmer votre spécificité ; sa création est donc une étape essentielle. Il se compose du nom de votre société ainsi, que, le plus souvent, d'une image ou d'un dessin et de couleurs qui illustrent votre activité. Dans certains cas, le logo intègre également un slogan.

●
**Le nom,
l'élément le
plus important
de votre
identité.**

Je conçois mes premiers outils de communication

Comme il est impossible de présenter dans cet article tous les outils de communication et qu'ils ne vous seraient de toute façon pas tous utiles à ce stade, nous vous présentons ici ce que nous appelons le «package minimum» pour vous lancer : le flyer et le site Internet.

Je prépare un bon flyer

Informatif, le flyer est un document imprimé au contenu court, le plus souvent de petit format. Il vise à présenter qui vous êtes et quels services vous proposez afin de vous faire connaître auprès de vos futures clientes.

Nous recevons chaque jour de nombreuses informations : comment faire alors la différence ? Puisque vous débutez votre activité, il est bon de le faire savoir autour de vous. Préparez un document simple qui met en avant la force de votre proposition commerciale (par exemple : «1er institut de beauté ouvert tous les soirs jusqu'à 22 h») et présente vos prestations («épilation», «beauté des mains», «massages du monde», «soins visage»...) en mettant en avant vos offres spéciales. Vous pouvez à ce titre imaginer par exemple une offre de lancement ou une séance découverte pour encourager les clientes à venir vous rencontrer.

Sur la forme, votre flyer doit bien sûr véhiculer votre image et reprendre votre logo et vos couleurs, votre style. Ajoutez des photos en lien avec votre activité et qui illustrent votre message ; celles-ci attirent en effet le regard. Enfin n'oubliez pas de mentionner les informations importantes : vos horaires d'ouverture, vos coordonnées (adresse, téléphone, e-mail et adresse de votre site Internet, parking ou arrêt de

transports en commun le plus proche éventuellement) et les mentions légales obligatoires (dénomination sociale et forme juridique de votre entreprise, crédits photos éventuellement selon leur origine et les droits...).

Je fais réaliser mon site Internet

Véritable vitrine virtuelle de votre institut, le site Internet est aujourd'hui un outil incontournable pour trouver de nouvelles clientes (référencement...) et les fidéliser (newsletter...). Votre site doit être à votre image, soigné et professionnel, autant sur le fond que sur la forme.

Une participation sur les réseaux sociaux est aussi à étudier car cela permet de se faire connaître à très faible coût : Facebook, Yelp, Google Maps notamment. Ceci dit, notez que ce travail est chronophage et qu'il peut aussi être pourvoyeur de stress si vous êtes débutante.

Important : je me fais accompagner par des professionnels

Vous pensez que réaliser vous-même vos outils de communication vous coûtera moins cher ? Ce n'est pourtant pas le cas. En effet, le temps que vous passerez à chercher un imprimeur ou l'hébergeur de votre site, à créer votre logo, à construire votre site Internet, à faire vos flyers et à les imprimer pourra être conséquent au regard d'un résultat qui risque de paraître non professionnel et de donner une mauvaise image de votre institut. C'est justement pour cela que des professionnels sont à votre service. Et là où ils vous factureront peut-être 200 euros pour un site Internet clé en main, fonctionnel, à votre image et bien référencé sur les moteurs de recherche (sinon à quoi bon créer un site ?), ce sera finalement très peu par rapport au nombre d'heures que vous auriez passées vous-même pour un résultat plus aléatoire. Ce sera aussi plus de temps que vous pourrez consacrer à vos clientes, et donc au développement de votre chiffre d'affaires.

CONCLUSION

Quelle belle aventure que celle que vous vous apprêtez à vivre !

Ça y est, vous êtes fin prête. Bravo !

Une dernière chose à garder en tête : prenez du temps pour souffler et recharger régulièrement vos batteries. Vous êtes l'élément moteur de la création de votre institut et tout repose sur vos épaules. C'est beaucoup de pression et de stress parfois. Aussi, pensez à prendre du temps pour vous et à combler vos propres besoins.

Nous vous souhaitons une très belle réussite !

Envie d'aller plus loin ?

Gagnez une formation en ligne à la création d'entreprise

Les Nouvelles Esthétiques et Agoracademie.com vous offrent une formation en ligne à la création d'entreprise d'une valeur de 295 € TTC. Pour participer et avoir une chance de gagner l'accès à cette formation, envoyez un e-mail à nouvelles-esthetiques@agoracademie.com avec la mention Jeu Formation Création d'Entreprise. Un tirage au sort désignera l'esthéticienne gagnante.

Date limite de participation : le 1^{er} juin.

Pour plus d'informations : www.agoracademie.com/agora/concours

Pour en savoir plus



Lextenso/Gualino éditions.

Entreprendre est à la portée de tous, à condition d'avoir le bon guide. Cet ouvrage vous accompagne pas à pas dans la mise en place d'une stratégie gagnante pour que votre entreprise passe avec succès le cap fatidique des premières

années d'existence. Tout y est : les aspects pratiques de la création d'une petite entreprise, la motivation du créateur, le business plan et le plan de communication essentiels à la visibilité et au développement de son activité.

Nombre de pages : 184. Prix abonné : 18,52 €.

Qui sont les auteurs ?

Laurent Bertrel a travaillé pendant plus de dix ans dans le secteur de la coiffure. Il est aujourd'hui, et depuis une dizaine d'années, chef d'entreprise, master coach PNL et formateur (notamment en création d'entreprise mais aussi en gestion du stress, en communication et en créativité), le fondateur du centre de formation en ligne et sur le site Agoracademie.com et l'auteur d'une trentaine d'ouvrages sur le développement personnel et professionnel (livres, cd, dvd, jeux).

Sophie Lenoir est directrice du marketing et de la communication. Elle travaille depuis plus de quinze ans au développement de l'image et à la promotion de plusieurs secteurs et entreprises. Diplômée de l'École Supérieure de Commerce de Tours, elle est aujourd'hui formatrice et conseil en communication auprès des entrepreneurs individuels, des associations et des petites entreprises.

Livre disponible dans la boutique en ligne Les Nouvelles Esthétiques : www.nouvelles-esthetiques.com et par téléphone au 01 43 80 71 21.

À SUIVRE

Dans un prochain numéro : Je construis mon plan de communication et mes outils.

Focus sur l'élaboration de votre plan de communication et la conception des outils les plus appropriés en fonction de votre objectif. ■

Agoracademie.com