louisedubé
coach pour les courtiers & les immopreneurs

UN MODÈLE D'AFFAIRES POUR SE VENDRE !

GUIDE DU PARTICIPANT

PRÉSENTÉ PAR : LOUISE DUBÉ

Coach, Conférencière et fondatrice du programme

STAR-IMMOPRENEUR

Mise à jour le : 28 mai 2015

LES PRODUCTIONS LOUISE DUBÉ

www.louisedube.com

louisedubé.
coach pour les courtiers & les immopreneurs

INTÉGRITÉ | DÉTERMINATION | EXCELLENCE

CE GUIDE DU PARTICIPANT EST LA PROPRIÉTÉ DE :

_____

_____

Décharge : J'autorise Les Productions Louise Dubé à utiliser les enregistrements audio et vidéo, ainsi que les photographies prises lors de l'événement dans la production d'outils de promotion, de formation et/ou dans la création de tous produits futurs. J'autorise Les Productions Louise Dubé à transmettre mes coordonnées aux commanditaires de l'événement à des fins de promotions et /ou information.

Révocation et renvoi : Les Productions Louise Dubé se réserve le droit de refuser l'entrée de toute personne et/ou d'expulser tout individu ayant un comportement dérangeant, désobéissant, perturbateur ou en désaccord avec toute loi.

Condition d'utilisation : le manuel du participant, toute information présentée et tout écrit fournis lors de cet événement sont sujets aux restrictions ci-dessous. La participation à cet événement et/ou l'utilisation de ce manuel, de l'information ou de tout autre écrit constitue votre acceptation aux conditions d'utilisation.

Vous ne pouvez utiliser le matériel fourni de l'événement qu'à des fins personnelles ou éducatives. Tout usage relatif à des fins professionnelles et au coaching est strictement interdit. Vous ne pouvez pas modifier ni utiliser le matériel à d'autres fins sans le consentement exprès et écrite de Les Productions Louise Dubé.

Toute publication, diffusion, distribution, vente ou revente de l'information ou des écrits est strictement interdite. Il est donc interdit de reproduire ou de transmettre le matériel de quelque façon que ce soit; ils ne peuvent être photocopiés, enregistrés sans le consentement préalable écrit de l'éditeur.

INTRODUCTION

Vous ne feriez pas un grand voyage d'aventures à travers le monde sans vous munir d'un plan, non ? C'est pour la même raison que vous devez vous munir d'un plan d'affaires afin de vous donner toutes les chances de gagner chaque étape de votre parcours.

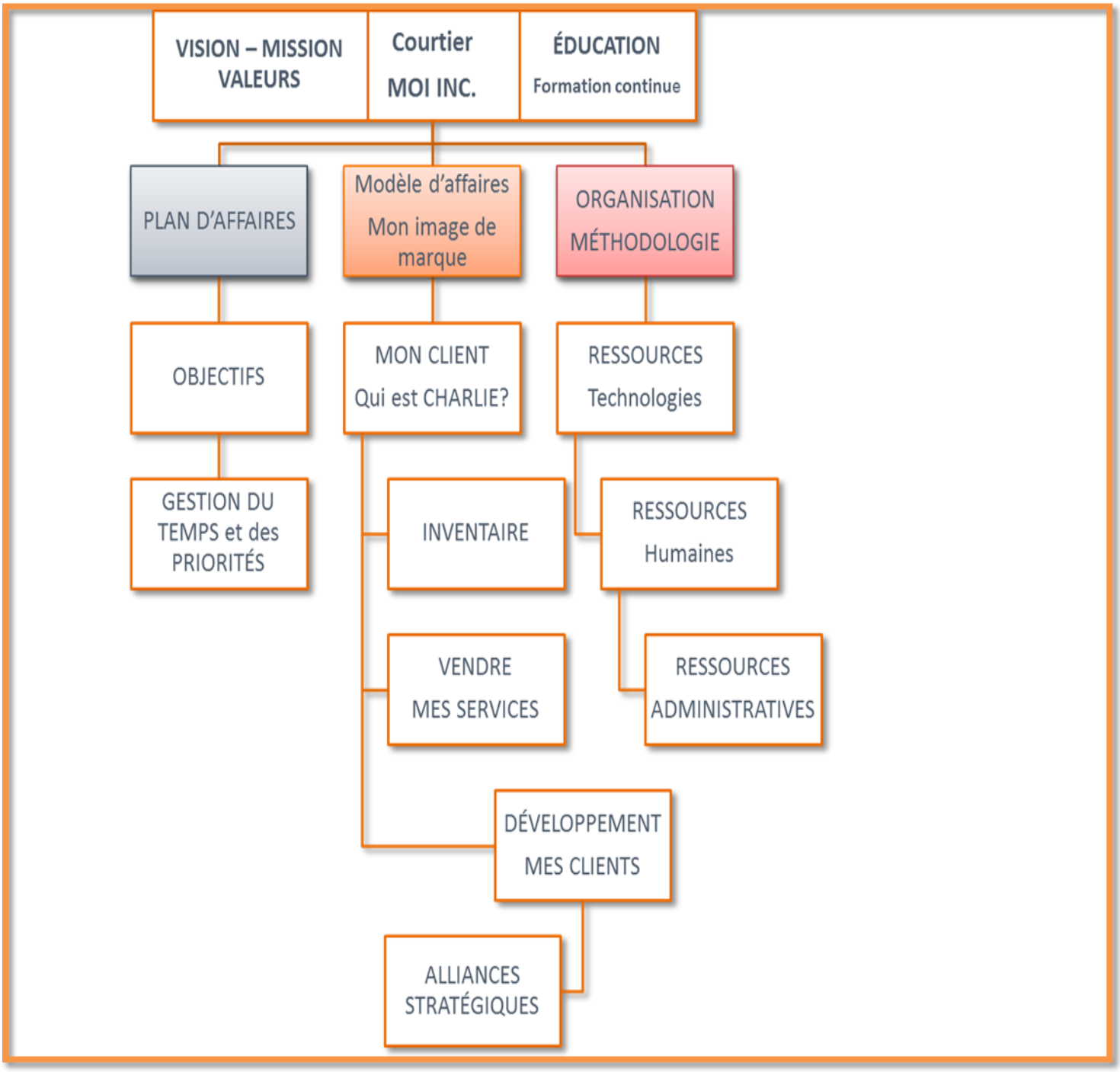
Quelle est la différence entre un PLAN d'affaires et un MODÈLE d'affaires ?

Un plan d'affaires c'est comme votre « Google Map ». C'est un vue d'ensemble de votre micro entreprise. Essayez d'avoir une vision globale pour comprendre ce qui contribue à l'évolution de vos activités, ce qui exige une mise en place de votre organisation et de vos ressources, ce qui est essentiel de connaître dans votre industrie et votre environnement.
Un modèle d'affaires c'est comme le cœur de vos activités pour exploiter votre business. **C'est l'ADN de votre micro entreprise** en cohérence avec votre plan.

Faire le plan d'affaires de votre micro entreprise POUR:

Quel est le meilleur moment pour faire un plan d'affaires ?

ORGANIGRAMME D'UN « IMMOPRENEUR »

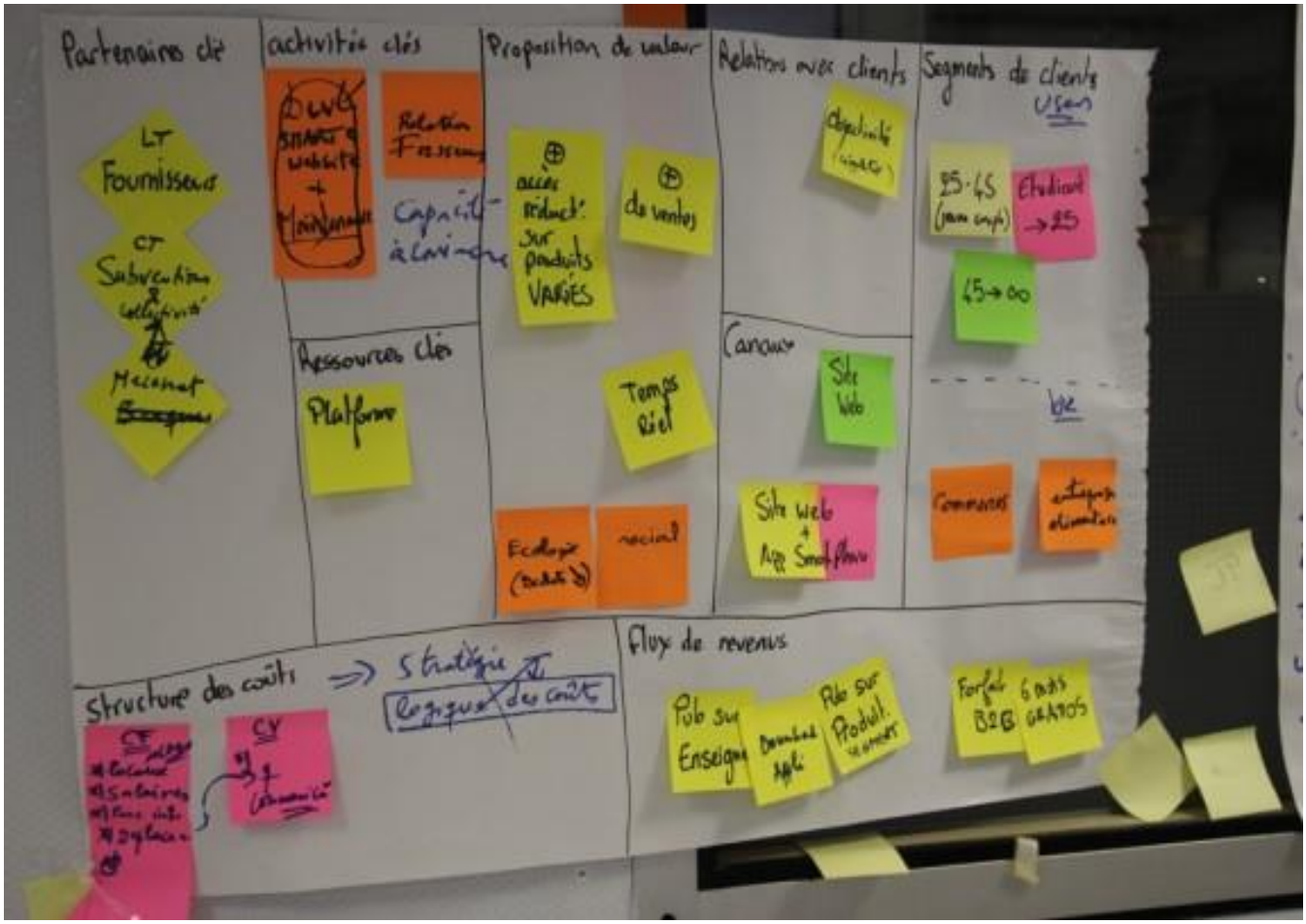


VOTRE MODÈLE D'AFFAIRES ou BMG

QU'EST-CE QUE LE BUSINESS MODEL GENERATION ?

Il permet de décrire en UNE SEULE PAGE, l'ADN de votre micro entreprise. C'est une méthode créative et visuelle qui permet de voir QUI VOUS ÊTES et quelle est votre OFFRE qui vous distingue dans votre marché cible.

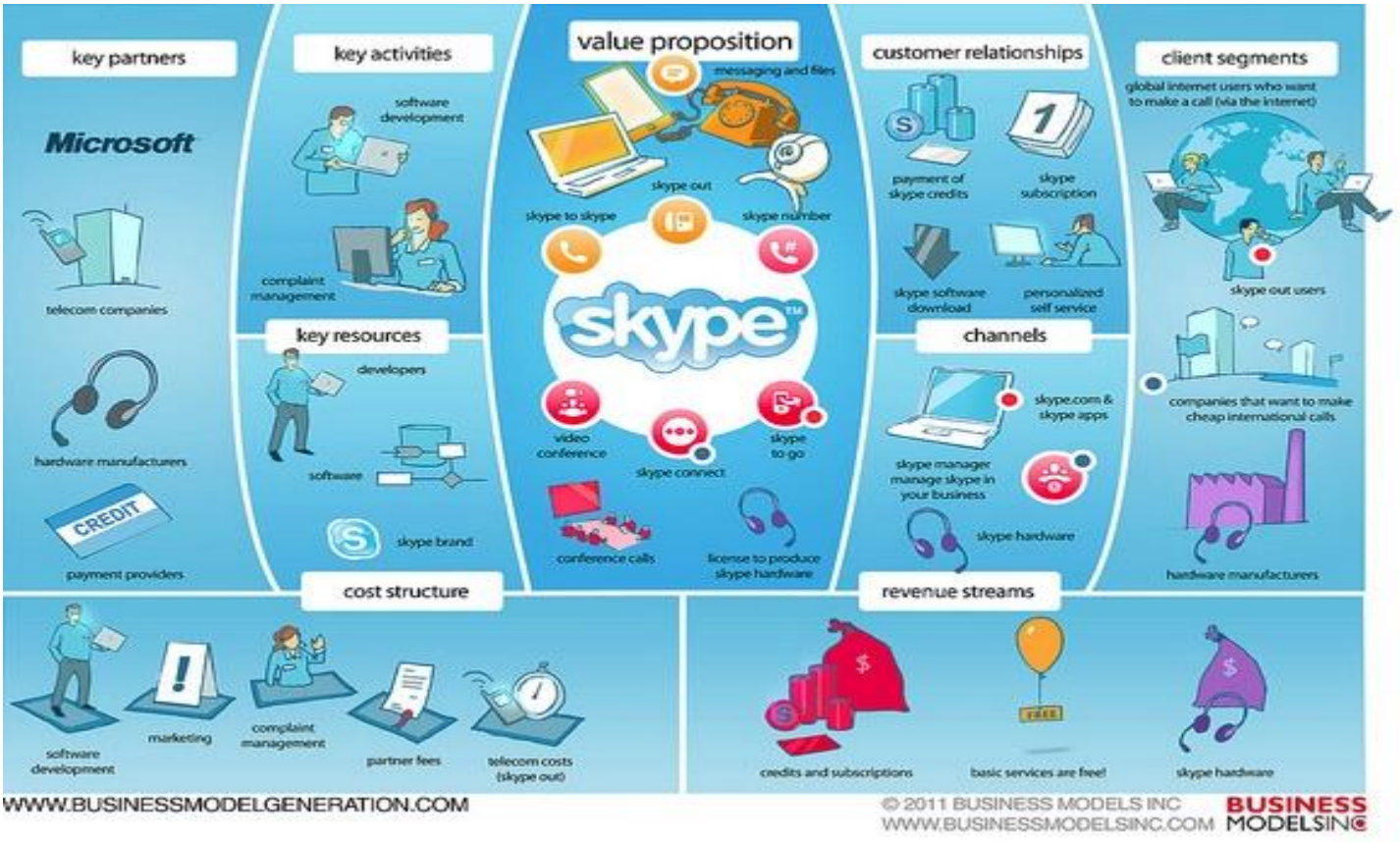
C'est à l'aide d'un canevas, une simple feuille ou un tableau grand format, vous pouvez y jeter vos idées d'écriture, y coller des Post-It, dessiner, raturer, lister vos contacts, agrafer des notes, et passer de l'idée à l'action plus rapidement.



C'est un canevas divisé en 9 blocs qui représentent les quatre (4) grandes dimensions du CŒUR DE VOS ACTIVITÉS :

1. LES CLIENTS
2. L'OFFRE DE VOS SERVICES
3. LA STRUCTURE ET LES MÉTHODES
4. LA VIABILITÉ FINANCIÈRE

EXEMPLES ET MODÈLES « BMG »



VOTRE CANEVAS pour créer votre modèle d'affaires

Votre canevas complété, se révélera un sérieux atout pour la suite de votre plan d'affaires. Il vous permettra de définir vos priorités en faisant apparaître en un clin d'œil ce dont vous avez besoin, mais également les démarches à accomplir, pour progresser. Sa simplicité de présentation facilitera le dialogue avec vos interlocuteurs et partenaires potentiels.

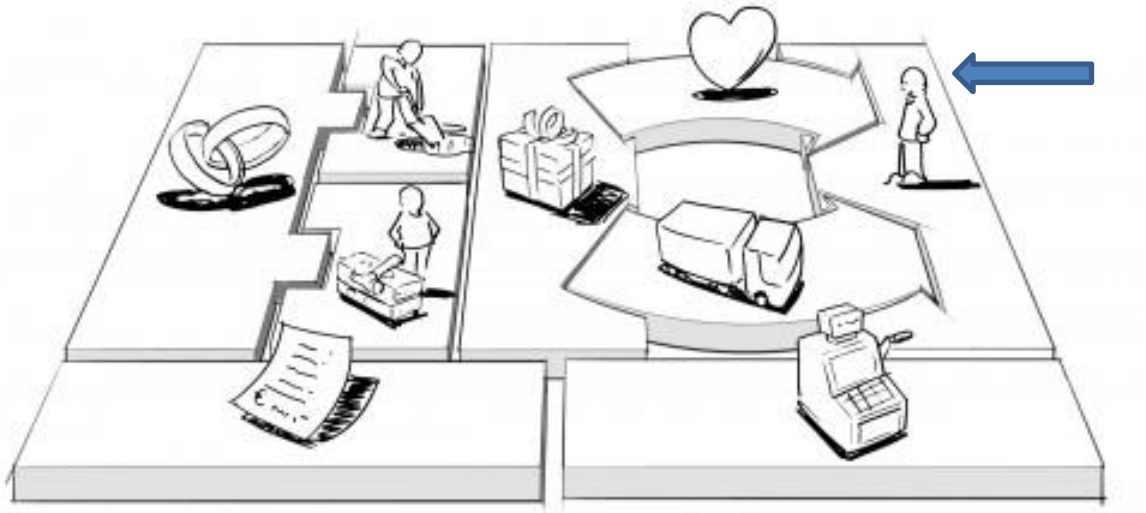
RÉALISÉ POUR : _____ RÉALISÉ PAR : _____ DATE : _____

PARTENAIRES CLÉS	ACTIVITÉS CLÉS	PROPOSITION DE VALEURS	RELATION CLIENT	SEGMENTS DE CLIENTS
8	6	2	4	1
	RESSOURCES CLÉS		CANAUX DE DISTRIBUTION	
	7		3	

STRUCTURE DE COÛTS	SOURCES DE REVENUS
9	5

VERSION – mise à jour le : _____

1er BLOC – SEGMENT DE CLIENT



1er BLOC – SEGMENT DE CLIENT

VOS FUTURS CLIENTS

« Ils sont nés avec le cordon ombilical branché sur le web mobile »

- Être là où ils sont
- Être direct et rapide
- Les faire se sentir UNIQUES
- Miser sur le « bouche à oreille »
- Les faire participer aux efforts de recherche
- Leur démontrer que l'on est un bon citoyen avec un comportement social et environnemental…

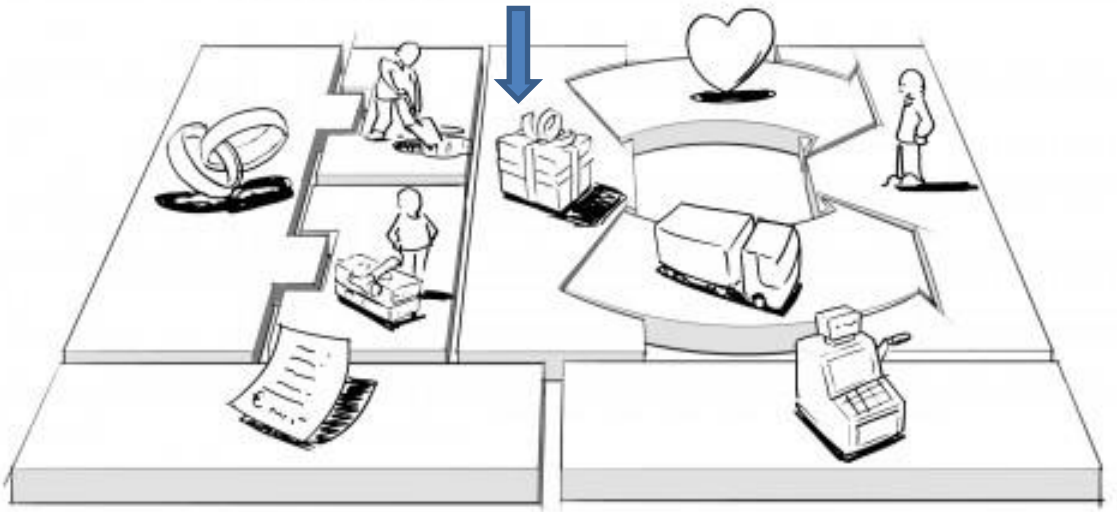
1. Internet et le web marketing
2. Adopter un langage direct
3. Personnaliser vos communications
4. Être très présent auprès des influenceurs et sur Facebook
5. « dis-moi et j'oublierai… montre-moi et je me souviendrai » de Confucius

Source: Profession Courtier - Hiver 2014-2015 – Mme Sandrine PromTep, spécialiste des comportements du consommateur et doctorante au HEC de Montréal.

Citation du coach Davender,
entraîneur pour les TA

*« Arrêtez d'essayer de plaire à tout le monde. Cherchez à **connecter avec le 1%** de votre marché cible qui apprécie qui vous êtes, qui est prêt à s'engager dans ce que vous offrez et **qui vous inspire à livrer des résultats remarquables** »*

2er BLOC – PROPOSITION DE VALEUR



LES AVANTAGES DISTINCTIFS de votre modèle d'affaires

POSITIONNEMENT DE VOTRE INDUSTRIE : quels sont les 4 avantages distinctifs

1.
2.
3.
4.

5E AVANTAGE : QUEL EST VOTRE POSITIONNEMENT ?

POUR QUI ?
POURQUOI ?
COMMENT ?

5e avantage distinctif : VOUS et votre « branding »

« La plus importante raison de frustration et d'échecs dans les entreprises provient d'une réflexion insuffisante de la raison d'être de l'entreprise, de sa mission ».

Citation de Peter Drucker
(Consultant américain en management d'entreprise reconnu mondialement)

LA VISION - la destination : « Qu'est-ce que je souhaite devenir » ?

LA MISSION : le véhicule pour se rendre à la vision.

QUI SUIS-JE et je fais quoi ?
POUR QUI ?
COMMENT ? ou POURQUOI ?

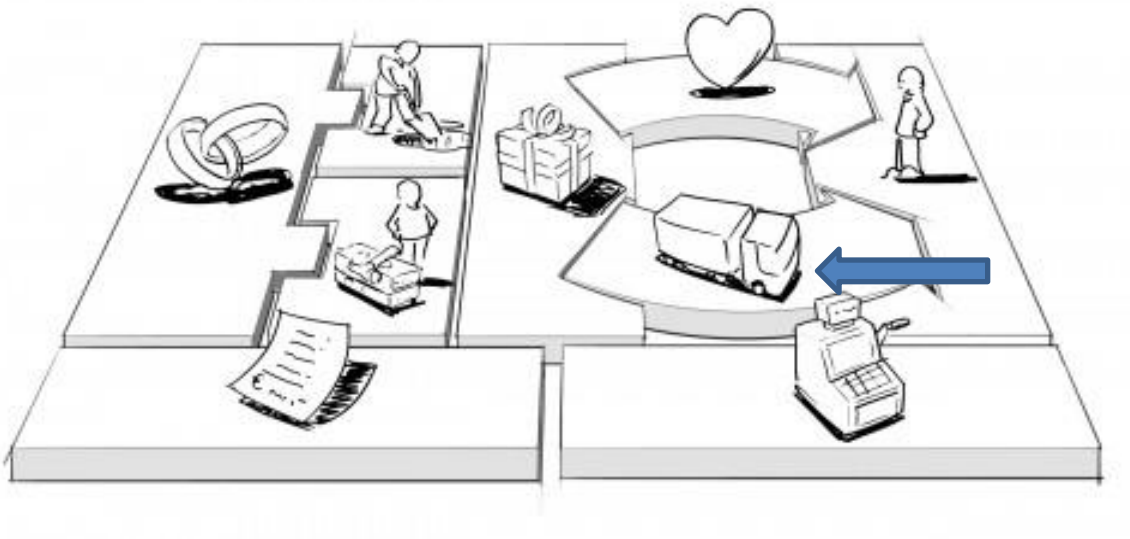
LES 3 VALEURS QUI INFLUENCENT VOTRE LIGNE DE CONDUITE PROFESSIONNELLE :

APPELS À L'ACTION : inscrire ou mettre en place la signature de votre « branding personnel » :

☐ Sur vos cartes d'affaires et vos documents de présentation (dépliants, prospectus, programmes, etc…)
☐ Au bas de votre courriel professionnel (signature automatisée)
☐ Sur votre page Facebook Pro et sur votre site Web

FONCTIONNEL	L'EXPÉRIENCE CLIENT	SYMBOLIQUE

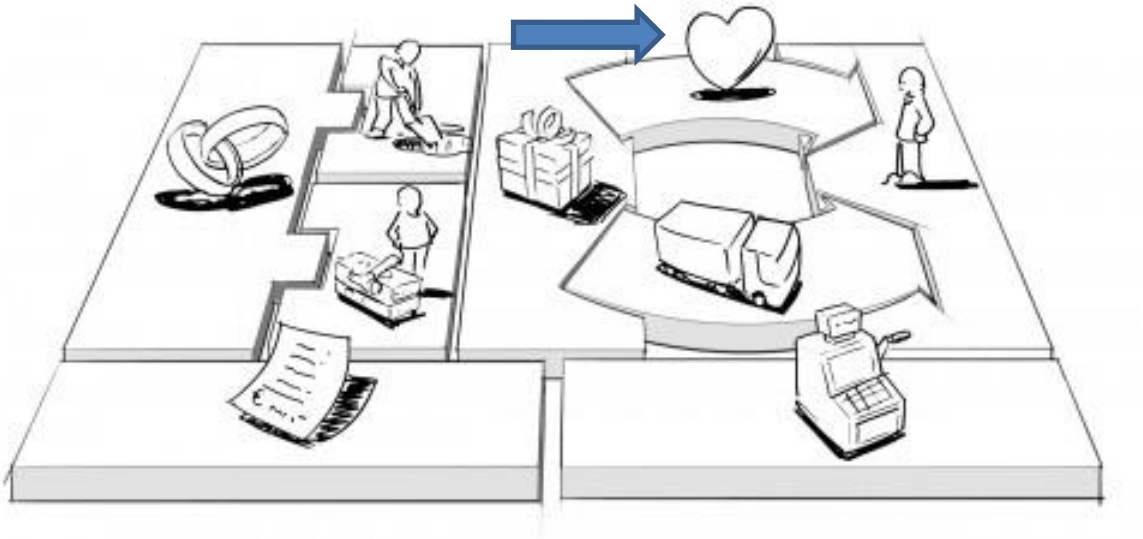
3er BLOC – CANAUX DE DISTRIBUTION



Comment offrir de la valeur à chaque étape du processus ?

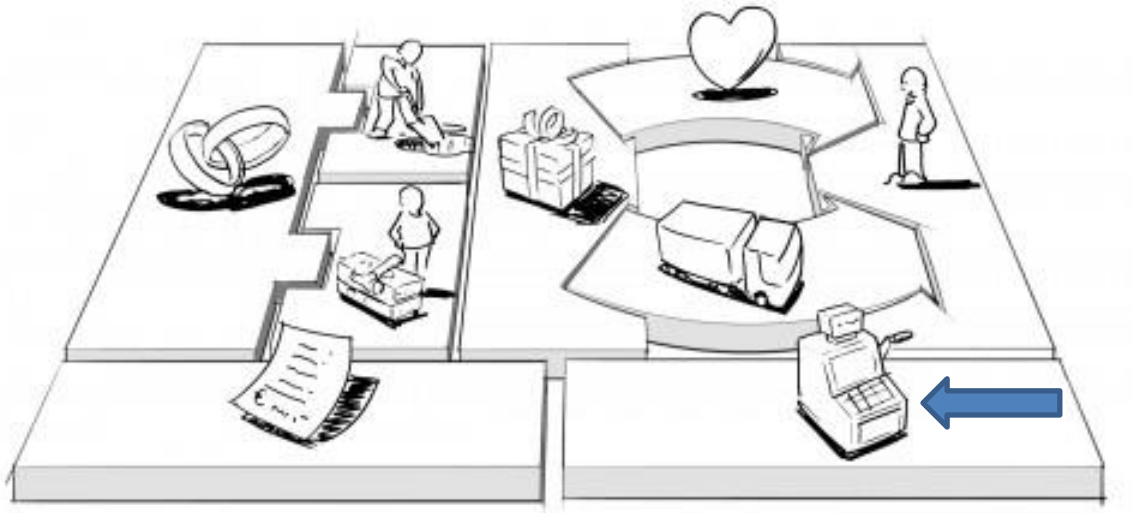
- EN DIRECT ou avec une stratégie MULTICANAUX
- STRATÉGIES WEB pour générer des leads: campagne email marketing, réseaux sociaux, vidéos…
- LE PUBLIPOSTAGE
- ALLIANCES STRATÉGIQUES et des partenaires
- ÉVÉNEMENTS DE FORMATION, D'ÉDUCATION, ETC…

4er BLOC – RELATIONS CLIENTS

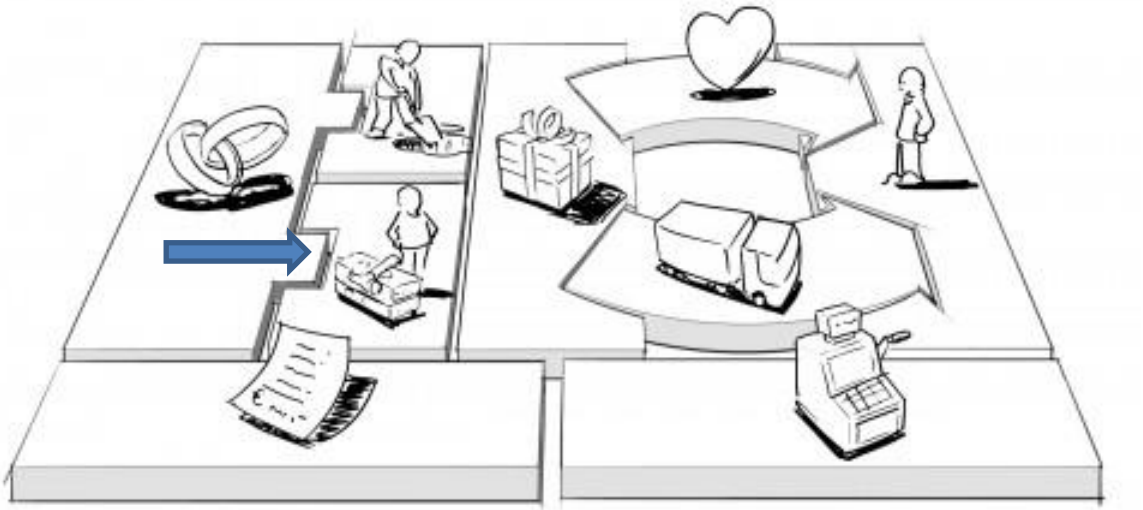


STRATÉGIE DE COMMUNICATION	
-1- PLANIFIER Modèle	CAMPAGNE de communication RELATIONNELLE
-2- REJOINDRE CLIENTS	Exploiter les outils de communication en référence avec le modèle d'affaires pour EXPLOITER vos listes de suspects, prospects et clients
-3- Médias pour entretenir une relation	• Web marketing • Développement stratégique • Campagne publicitaire • Bâtir une communauté (alliances) • Ateliers, séminaires, webinaires, etc...
-4- CONVERTIR	Prendre un rendez-vous pour une consultation: évaluation, pré qualification, guide pour acheter, vendre, ou financer, etc..
-5- INTERAGIR	Implanter des systèmes efficaces pour un suivi automatisé et personnalisé: nourrir la relation
ENGAGER	Une VRAIE relation pour la vie!

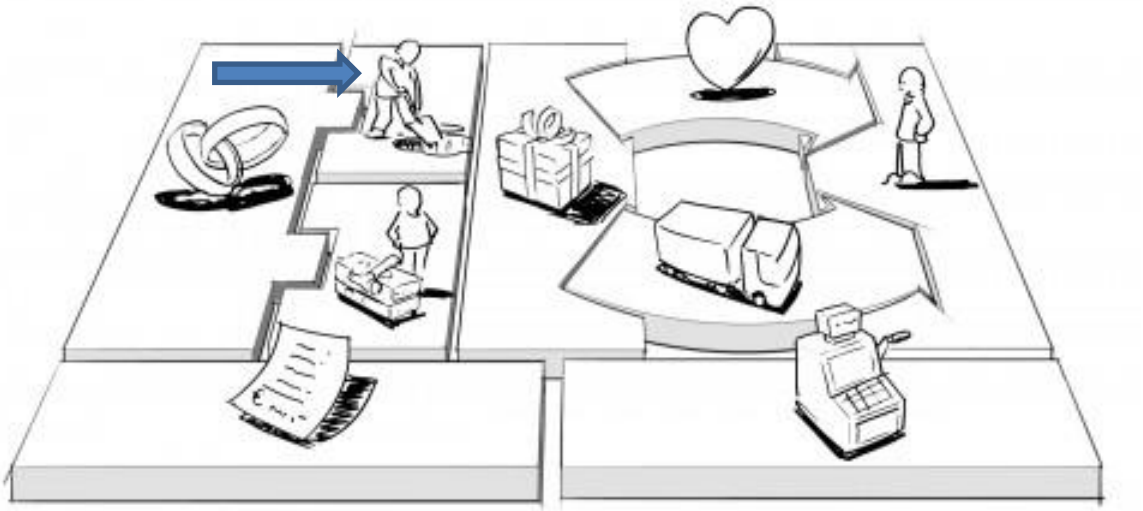
5er BLOC – SOURCE DE REVENUS



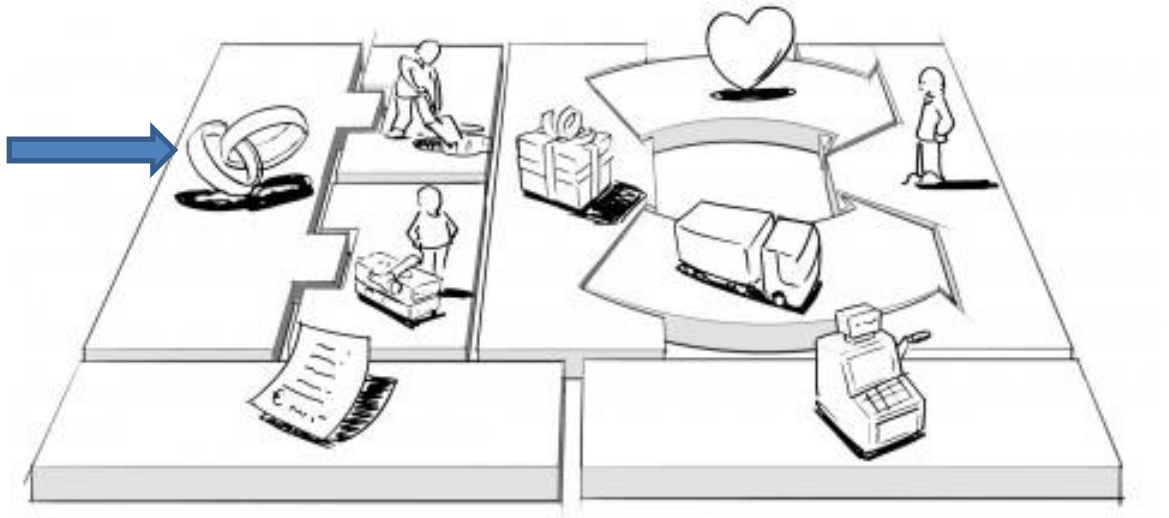
6er BLOC – RESSOURCES CLÉS



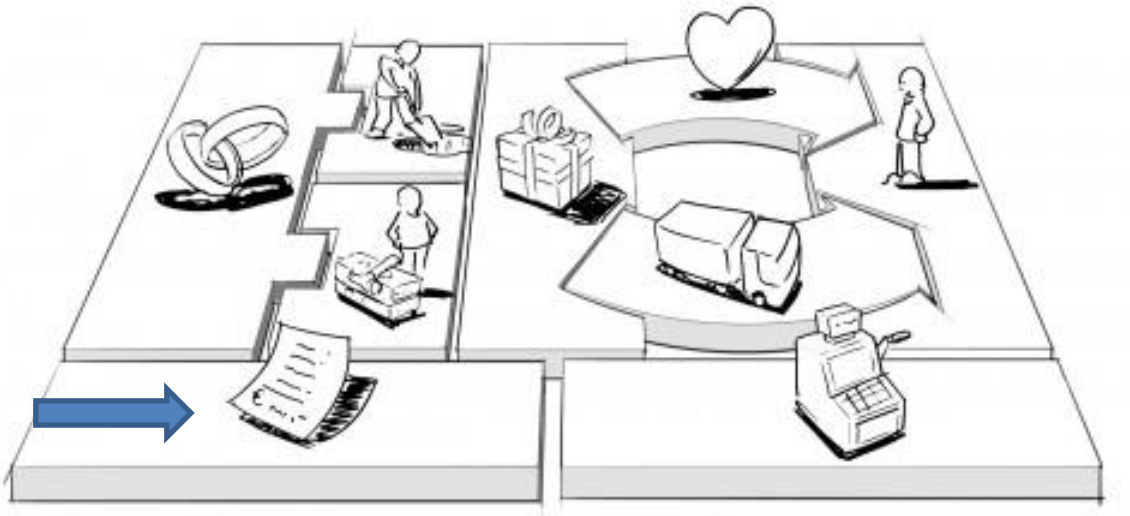
7er BLOC – ACTIVITÉS CLÉS



8er BLOC – PARTENAIRES (alliances) CLÉS



9er BLOC – STRUCTURE DES COÛTS



REMERCIEMENTS

Je profite de l'occasion pour remercier sincèrement les personnes qui ont apportées une très grande influence à l'intérieur de mon cheminement dans la réalisation de ma mission de vie professionnelle et de mes objectifs.

Je remercie également tous ceux et celles qui m'ont appris par leurs idées, leurs livres, leurs formations, coaching et leurs conseils, à devenir une «leader» inspiré et éclairé dans ma vie professionnelle en harmonie avec mes aspirations personnelles.

Finalement un merci sincère et du fond du cœur à tous mes collègues, partenaires, associé (e)s et particulièrement à TOUS MES CLIENTS qui ont participés indirectement au développement de la passion qui m'anime pour l'industrie des professionnels de l'immobilier et pour l'entrepreneuriat.

SOURCES, EXTRAITS, RÉFÉRENCES et BIBLIOGRAPHIE

TITRE	AUTEUR	NOTES
Heureux qui a trouvé sa mission	Groupement des chefs d'entreprise	27e congrès annuel – Outil de réflexion
À chacun sa mission	Jean Monbourquette	Édition Novalis (2006)
MBA Top Chrono	Nicholas Bate	Éditions Transcontinental
Découvrez vos points forts	Marcus Buckingham et Donald Clifton	Pearson Education France (2008)
Ma Vision un carburant puissant	Groupement des chefs d'entreprises du QC	Développement économique IEQ
Faites votre marque	Catherine Kaputa	Magazine Premium – avril 2011
Libérez votre charisme	René Marchand	Edition : Capital Réussite
La Vente	Tom Hopkins	Éditions de l'homme
Le Champion de la vente	Michel Bélanger	Édition ProVente
Rendez-vous au sommet	Zig Ziglar	Un monde différent
Les Durs de la Vente	Albert Simon	www.albertsimon.com
Votre portrait de succès	Coach Davender	www.starupacademie.com
Arrêtez de vendre, laissez vos clients…	Vincent Fournier	Édition Québec Livres
JeudiConseils.com	Pascal Goaverts	Extraits d'articles du blog
Business Model – Nouvelle Génération	Alexander Osterwalder et Pigneur	ÉditionPearson

AVIS DE DÉCHARGE LÉGALE pour LES PRODUCTIONS LOUISE DUBÉ

Même si vous savez probablement déjà cela, nous nous devons de faire la précision suivante :
Nous ne croyons pas à la richesse rapide et aux solutions miracles. Notre programme n'a que pour objectif premier de vous partager les meilleures stratégies disponibles afin de vous permettre de partager votre message avec un maximum d'individu à titre de professionnel dans notre industrie.

Nous croyons d'abord que le succès émane d'un travail acharné où valeur ajoutée rime avec prospérité. Tel que stipule la loi, en faisant la promotion de ce programme, nous utilisons des chiffres à titre d'exemple, mais nous ne pouvons pas garantir que vous obtiendrez les mêmes résultats financiers. Nous voulons simplement être transparent avec vous et agir avec la plus grande intégrité. C'est la raison pour laquelle nous plaçons cette décharge légale sur cette page avant même de commencer nos enseignements.

À PROPOS DE LOUISE DUBÉ

Coach pour les courtiers et les « immopreneurs »

Depuis 1998, Louise Dubé a combiné sa profession de courtier immobilier à hypothécaire, elle a rempli des fonctions en marketing, de développement des affaires, des ressources humaines et de formation continue dans ses entreprises et auprès des organisations de son milieu professionnel. Par ailleurs, son talent de formatrice lui a permis de devenir l'auteure d'un programme de formation: "L'entrepreneur de l'immobilier" reconnu par le milieu et l'industrie du courtage immobilier.

Louise est une de ces personnes qui a fait ses classes sur le "terrain" et par le biais de formations professionnelles spécialisées. Elle apprécie et reconnaît le privilège de fréquenter la plus grande université en ce monde: "l'université de l'être humain".

Avec ses 25 ans d'expériences dans l'immobilier et l'entrepreneuriat, c'est en 2013 que Louise Dubé oriente sa mission vers l'accompagnement à titre de : Coach, consultante, conférencière et auteure du programme STAR-IMMOPRENEUR.

« En fait, j'aide le professionnel de l'immobilier à développer sa pleine capacité entrepreneuriale afin de passer à un niveau de croissance soutenue dans sa vie professionnelle. Accompagner, éduquer et encourager l'ambition du professionnel de l'immobilier pour atteindre des niveaux de performance en harmonie avec ses aspirations personnelles ».

MA RAISON D'ÊTRE :
Contribuer à un monde meilleur dans l'industrie du courtage immobilier et des services financiers afin de bâtir un modèle de leaders inspirés qui fera vibrer : INTÉGRITÉ, DÉTERMINATION, et EXCELLENCE

LE CODE D'HONNEUR POUR LES IMMOPRENEURS :

1. Accepte de vivre le changement pour aller de l'avant et pour se réinventer
2. Croit au pouvoir de contribuer collectivement à un monde meilleur dans son milieu
3. Ose pratiqué de nouveaux modèles d'affaires pour créer la différence avec son image de marque
4. Contribue au sein de l'entrepreneuriat à bâtir un modèle de leadership inspiré et éclairé
5. A l'audace de provoquer une autre dynamique, et peu importe, où, avec qui et comment, revois ses stratégies avec des concepts de communication qui font vitrer **« le cœur et la raison »**