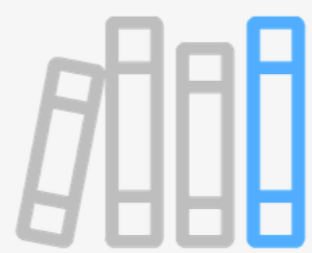


50 idées de business pour réussir sa création d'entreprise



l'Atelier **Entreprise**

Se former à l'entrepreneuriat



www.atelier-entreprise.com



À propos de l'auteur



La vocation de l'**Atelier entreprise** est d'accompagner les entrepreneurs désireux de créer leurs entreprises, mais aussi de permettre aux dirigeants de se former sur les problématiques liées au développement de leurs entreprises, que ce soit au niveau commercial, marketing ou juridique.

Notre expertise tient de notre capacité à fédérer des consultants dans différents domaines d'activités qui partageront sous peu leur expertise métier au travers de témoignages, de vidéos et ateliers de formations. Toute cette connaissance au profit de la **création d'entreprise**.

Avant de vous lancer dans cette formidable aventure que revêt la création d'une société, vous vous posez certainement la question de savoir si votre idée de création d'un business puisse répondre à un besoin, séduire un marché ou encore amener une valeur ajoutée à quelque chose d'existant.

Cela prend du temps pour trouver une bonne idée et malheureusement, cela ne tombe pas du ciel. Rassurez-vous, nous travaillons actuellement sur un Atelier formation qui sera disponible sous peu. Il s'agira de vous proposer une méthode de travail pour vous aider à trouver votre idée pour le développement de votre business. Mais en attendant, nous vous avons sélectionné 50 idées de business pour réussir sa création d'entreprise et peut-être que l'une d'entre-elles sera la vôtre.

N'oubliez pas que votre idée doit répondre à un besoin avant que vous puissiez la confronter au marché. Parlez-en à votre entourage pour collecter les avis.

Cet ouvrage est un outil supplémentaire destiné aux porteurs d'un projet d'entreprise. D'autres articles concernant la création de votre entreprise sont d'ores et déjà disponibles sur notre blog à l'adresse :

<http://www.atelier-entreprise.com/>

Vous y retrouverez notamment, les sujets suivants pour vous aider dans la création de votre entreprise :

- Trouver une idée simple et efficace
- Testez votre idée avant de vous lancer
- Confrontez vos motivations : Se poser les bonnes questions pour réussir
- Peut-on vivre de sa passion ?
- Monter votre plan d'action
- Elaborer votre dossier de financement
- Rédiger votre business plan
- Trouver l'argent nécessaire
- Votre projet est-il rentable ?

Sommaire



. À propos de cet e-book	1
. L'ouverture d'une franchise	2
. L'ouverture d'un restaurant	4
. L'ouverture d'une salle de sport	6
. La promotion immobilière	9
. La location d'un espace pour les événements	11
. La location d'une place de parking ou d'un garage	13
. La location d'un bateau	15
. La location des voitures de luxe	17
. VRP multiscarte	19
. La création d'un site participatif	21
. La publicité en ligne	23
. Le rachat d'entreprise	25
. La création d'une marque vestimentaire	27
. La création d'un service de jardinage	29
. La rédaction web	31
. La formation à domicile en art culinaire	33
. La formation à domicile en bricolage	35
. La création de parfums personnalisés	37
. Faire des films pour les mariages / événements	39
. La création d'un centre de service à la personne	41
. Devenir pâtissier / boulanger	43
. Courtier juridique	45
. Créer un site de revente entre particulier ou professionnel	47
. Acheter / revendre des biens immobiliers	49



. Vendeur B2B	51
. Ouvrir un camion à pizza	53
. Créer une plateforme web destinée aux retraités	55
. Ouvrir un bar à chat	57
. Créer un snifdate, speed dating par les odeurs	59
. Créer un site de rencontre pour voyageurs	61
. Créer une agence immobilière pour colocataires	63
. Créer un spa / centre de beauté	65
. Le trading	67
. La création d'un logiciel de service ou SAAS	69
. La vente en ligne	71
. Devenir Community Manager	74
. La livraison de repas aux bureaux ou à domicile	76
. L'impression en 3D	78
. Le service d'ameublement de bureaux.....	80
. La location d'équipement écologique	82
. Le prestation d'entretien et de nettoyage de bateaux de plaisance	84
. La préparation et l'organisation de mariages	86
. La consultance	88
. Le coaching	90
. S'installer en tant que musicothérapeute	92
. Le profil d'influenceur	94
. Gagner de l'argent par des conférences	96
. Les achats et ventes aux enchères	98
. La location de machines ou appareils divers	100
. La création d'un service taxi moto ou scooter	102

À propos de cet e-book



Vous avez décidé, aujourd'hui de franchir une étape dans votre parcours de vie ou tout simplement êtes fin prêt pour créer votre propre business, allez de l'avant ? Votre décision est motivée par l'envie de changements, l'envie d'en finir avec la routine, l'envie de proposer quelque chose de différent ou tout simplement parce que vous souhaitez devenir indépendant. Peu importe le moteur qui vous fait avancer, nous sommes très fiers de pouvoir partager avec vous 50 idées de Business pour réussir sa création d'entreprise.

En premier lieu, quelques chiffres :

Chacun d'entre nous avons des motivations différentes pour créer son entreprise. Chaque année ce sont plus de 250 000 entreprises qui verront le jour en France et 95 % d'entre-elles n'auront pas de salariés. Les hommes seront dans 70 % des cas à l'initiative de ce projet et toutes les tranches d'âges sont représentées.

Ceux qui participent au projet :

Une étude de l'INSEE, fait apparaitre les résultats suivants. Cela pouvant éventuellement vous donner des idées pour vous faire aider dans votre projet de création d'entreprise.

15 % des personnes ayant répondu affirment que le conjoint participe au projet

19 % affirment qu'il s'agirait d'un ami ou une personne de son environnement personnel

10% précisent qu'il s'agit de relations professionnelles (anciens collègues, clients, fournisseurs)

19% annoncent qu'ils passent par des structures comme la nôtre, ou la CCI, les associations

16 % disent qu'ils passent par un spécialiste comme les avocats, experts comptables, fiscalistes

2% utilisent les service d'un pôle de compétitivité, incubateur ou pôle d'innovation

19% le font seul.

Quel est le budget que les créateurs disposent pour démarrer leurs projets ?

*Moins de 2000 euros pour 19% d'entre eux
2000 à 4000 euros pour 12 % d'entre eux
4000 à 8000 euros pour 13% d'entre eux
8000 à 16000 euros pour 17 % d'entre eux
16000 à 40000 euros pour 17 % d'entre eux
40000 à 80000 euros pour 9% d'entre eux
80000 à 160000 euros pour 6% d'entre eux
160000 euros et plus pour 7% d'entre eux*

L'objectif principal de cet e-book est d'aider les personnes ayant la vocation d'entreprendre à structurer leur démarche. Le préalable à toute création d'entreprise est de trouver son idée et de la confronter au marché. Les 50 idées de business pour réaliser sa création d'entreprise va vous donner également l'opportunité de confronter votre idée, de gagner en sérénité ou d'ajuster au besoin ce qui doit être corrigé pour vous permettre d'avancer en toute confiance dans les différentes étapes de la création de votre entreprise.

L'ouverture d'une franchise



Ouvrir une franchise

Vous désirez entreprendre mais vous avez peur d'échouer. Si telle est votre cas, une solution s'offre à vous pour ne pas prendre trop de risques, l'ouverture d'une franchise comme idée de business.

Principe de la franchise

La franchise est une délégation d'activité d'envergure. En général, l'entreprise est commerciale. Le franchiseur est la maison mère qui envisage un développement rapide de ses activités. Au lieu de lancer des succursales pour étendre son réseau, il préfère recruter des partenaires : les franchisés.

Le recrutement se fait à travers des réunions d'informations collectives ou par Internet. Bien évidemment, les candidats entrepreneurs doivent se présenter à ces réunions, ou présenter leur dossier en ligne, selon la forme du recrutement.

À l'ouverture d'une réunion d'informations, l'enseigne que nous appellerons le franchiseur se présente et explique l'accompagnement qu'elle propose aux franchisés. Cette réunion permettra au recruteur d'observer le comportement des postulants. Bien entendu, ces derniers auront le réflexe d'échanger entre eux. C'est d'ailleurs une occasion de s'enrichir mutuellement.

En ce qui concerne le recrutement en ligne, quoique le recrutement se fasse par Internet, la rencontre avec les recruteurs est incontournable. À l'ordre du jour : présentation de l'activité commune et, éventuellement, échange de documents confidentiels.

Pour les deux formes de recrutement, un entretien individuel avec test de personnalité suivra. Ceux qui seront sélectionnés signeront alors un contrat de franchise avec le franchiseur.

Revenons à votre cas. L'idée du business consiste donc à créer votre propre entreprise, puis à chercher un franchiseur. Vous devez posséder un business plan convaincant. Partager la même vision que le franchiseur et être très motivé et passionné par ses produits. Vous devez prouver par votre apport financier que vous êtes prêt à vous investir dans votre future activité.





Lorsque vous serez en exercice, vous porterez le nom de la marque. Votre franchiseur vous apprendra tout. Dans le souci de préserver son image de marque, il ira jusqu'à vous accompagner dans toutes vos démarches jusqu'à ce que vous soyez totalement impliqué dans l'activité. Le franchiseur sera donc sûr de pouvoir compter sur vous pour développer son projet. Bien sûr, en tant qu'entreprise indépendante, vous participerez en partie ou en totalité, selon le contrat, aux dépenses allouées à votre implantation. C'est d'ailleurs la différence de la franchise aux réseaux succursalistes.

Points forts d'une franchise

Si vous avez peu confiance en vous ou si vous n'avez pas les connaissances et/ou le savoir-faire suffisants pour exercer l'activité, rassurez-vous, comme entreprise franchisée, vous bénéficierez de l'encadrement nécessaire. Pour avancer sereinement, le franchiseur vous transmettra son expertise et cerise sur le gâteau, son expérience et sa notoriété. Vous n'aurez pas à vous occuper de la gestion publicitaire de l'enseigne sachant que vous-même, vous profitez de sa publicité d'envergure.

Conseils et recommandations

Le choix de devenir franchisé se prépare plusieurs mois à l'avance, voire quelques années. Ce faisant, vous devez vous focaliser sur la recherche de financement. C'est en effet le principal critère de sélection. L'investissement de départ est assez conséquent. Aussi, une fois franchisé, vous aurez à verser une certaine somme d'argent chaque mois, selon ce qui est convenu dans le contrat.

Comme vous êtes encadré, quoique vous bénéficiiez d'une certaine indépendance en tant qu'entreprise, vous devez vous plier aux exigences du contrat.

Quelques exemples de franchises :

- Alimentaire & Restauration;
- Boulangerie & Chocolaterie;
- Immobilier & Travaux;
- Club & Magasin de sport.



L'ouverture d'un restaurant



Ouvrir un restaurant

Vous êtes un passionné d'art culinaire ? C'est le moment pour ouvrir un restaurant une idée de business ! un moyen de saisir l'opportunité d'user de votre créativité. Dans un marché en perpétuelle évolution, votre concept doit déborder d'originalité. Vous devez également offrir de la nourriture de qualité.

Si vous envisagez d'ouvrir un restaurant en France, vous allez occuper une place importante dans la vie des Français. La raison est que la gastronomie est une culture à part entière dans l'Hexagone. L'initiative requiert une bonne dose de volonté.

Principe d'une ouverture d'un restaurant

Préparez-vous à vous investir à fond. Vous aurez besoin d'argent ne serait-ce que pour le fonds de roulement. Il est cependant possible de démarrer sans capital. Dans ce cas, vous allez souscrire à un crédit ou demander une aide financière. Pour convaincre les prêteurs, montez votre business plan.

Prenez le temps nécessaire pour l'élaborer. Avec ou sans capital, il est toujours recommandé d'avoir un plan d'affaires. Cela vous aidera à mettre de l'ordre dans vos idées.

Le choix du local est très important. L'établissement est le garant de l'image que vous renverrez à la clientèle. Parmi les principaux critères à considérer figurent l'emplacement et la concurrence. Ces critères environnementaux nécessitent une attention particulière dans votre étude du marché.

Viennent ensuite l'accessibilité et la devanture du bâtiment.

Prévoyez-y un parking et définissez sa capacité d'accueil. Le loyer est un autre critère à considérer.

Vous devez avoir un permis d'exploitation. Pour le décrocher, vous aurez à suivre une formation. L'objectif de cette formation est de vous sensibiliser sur les défis que le restaurateur a à affronter en matière de santé publique.

Parmi les sujets à traiter au cours de cette formation : la loi relative aux stupéfiants, les nuisances sonores, les grandes lignes de vos responsabilités civiles et pénales. Le permis d'exploitation a une validité de 10 ans.





Ensuite, si vous envisagez de distribuer des boissons alcoolisées. Vous aurez besoin d'une licence de débit de boissons. La dernière chose qui n'est pas la moins importante est le statut juridique. L'entreprise individuelle est déconseillée pour raison d'ordre patrimonial.

Points forts comme business

En France, les plateformes d'initiatives locales peuvent bien vous offrir un prêt d'honneur pour vous financer.

Différentes possibilités s'offrent à vous. Citons entre autres la franchise. Si vous avez le profil adéquat, bon nombre d'enseignes souhaitent que vous rejoigniez leur marque. Vous profiterez alors de leur expertise et de leur notoriété pour vous développer. Sinon, vous pouvez reprendre un restaurant existant. Dans ce cas, vous allez racheter le fonds de commerce de celui qui l'a exploité avant vous.

Le métier de restaurateur vous permet d'étendre votre réseau de contacts. Cela vous permettra de développer votre business rapidement et efficacement.

Conseils et recommandations

L'investissement de départ pour ouvrir un restaurant coûte souvent très cher.

La reprise d'un restaurant est surtout conseillée aux propriétaires des murs. Ainsi, le côté local sera rapidement résolu. En plus, les propriétaires bénéficient d'une plus grande liberté dans l'exploitation de leur domaine. Si vous n'êtes pas propriétaire, vous serez obligés de vous soumettre à des contraintes, en plus de payer vos loyers. Aussi, avant de négocier, pensez à connaître les antécédents du restaurant.

Faites attention à la gestion de vos stocks. Les aliments périssent vite. Le respect des dates de péremption requiert donc une haute vigilance.



L'ouverture d'une salle de sport



Ouvrir une salle de sport

Premièrement le sport, c'est la santé. Ensuite, toutes les catégories de personnes en ont besoin; Avant tout, en ville, l'urbanisation poussée et le rythme de la vie quotidienne ne permettent plus d'exercer librement son activité physique préférée. Cela explique pourquoi ouvrir une salle de sport est une bonne idée de business.

Principes pour ouvrir une salle de sport

Parce que l'investissement dans une salle de remise en forme passe par le souhait de changer quelque chose en soi. Alors, la planification de son projet est aussi indispensable. L'équipement du local ne doit pas non plus être négligé. Des ressources humaines qualifiées contribuent à l'image de l'entreprise.

La régularisation de son statut

Vous devez vous inscrire au centre de formalités des entreprises afin d'obtenir un code SIREN. Il faudra, par la suite demander une autorisation d'exploitation. Il est nécessaire d'obtenir la bonne licence qui vous donnera la légitimité de faire fonctionner votre salle de sport. En accompagnement, vous pouvez également demander une licence pour l'ouverture d'une garderie. Des parents pourront emmener leurs enfants pendant leurs heures de gym. N'oubliez pas de donner un nom à votre business. Songez à l'éventualité d'accidents sur votre site. La meilleure prévoyance est de souscrire à une assurance.

La planification de son projet

La pierre angulaire pour ouvrir une salle de sport est le capital. Il sera affecté aux locaux, à l'équipement, et au personnel, sans oublier les frais administratifs divers. Faites appel à un crédit ou à une levée de fonds. Introduisez le choix de l'emplacement de votre site dans votre plan d'affaires. Sa proximité avec la clientèle est importante. Considérez le marché. Demandez-vous s'il y a quelque part une demande non satisfaite.





L'équipement des locaux

Variez vos installations. Ce pourquoi, il est important que chaque appareil réponde aux exigences de la clientèle. Pour la musculation, mettez des poids libres à disposition. Prévoyez des stations uniques. Complétez le tout avec des machines de cardio.

Le recrutement d'un personnel qualifié

Des non-initiés figureront parmi vos clients. Aussi, proposez-leur donc des cours. Pour cela, vous aurez besoin d'entraîneurs qualifiés. Ne négligez pas non plus la qualité de vos agents d'accueil. Plusieurs motifs incitent les gens à venir dans une salle de remise en forme. Ils ne viennent pas uniquement pour leur musculature. Ils voudront se faire plaisir. Beaucoup cherchent la convivialité et la détente. Deuxièmement, les agents de maintenance et d'entretien de votre site jouent un rôle prépondérant dans la bonne marche de votre activité.

Points forts pour le développement de ce business

L'ouverture d'une salle de sport est lucrative. C'est à dire, il existe des milliers de choix de disciplines sportives allant du fitness à la natation en passant par les sports collectifs divers. Il vous appartient d'adapter les vôtres à la demande. Vous pouvez même spécialiser votre site; en autre, vers les arts martiaux, par exemple, mais à vous de voir.

Conseils et recommandations

Ouvrir une salle de sports coûte cher. Le retour sur investissement augmente en fonction du capital investi. La rentabilité d'une salle de gym low-cost n'est pas garantie.

La démarche demande beaucoup de temps. Prévoyez un semestre pour l'étude du marché, l'analyse de la concurrence et l'établissement du business plan. Une année suffira pour tout concrétiser.





Comme la concurrence est rude, il ne faut pas négliger la communication. Faites du marketing pour lancer votre activité. Enfin, utilisez Internet en particulier les réseaux sociaux pour cela.



La promotion immobilière



La promotion immobilière

Le promoteur immobilier a la fibre commerciale et aime le challenge. L'administration est l'apanage de cet homme d'affaires. La gestion sous toutes ses formes est sa tasse de thé. Les imprévus ne lui font pas peur. S'il y a un problème, sa débrouillardise lui permet de s'en sortir. Côté financier, il a de quoi investir. Si vous avez le profil adéquat, et si en plus, vous avez des connaissances en immobilier, vous feriez bien de la promotion immobilière une idée de business.

Principe de la promotion immobilière

Le promoteur immobilier joue un rôle primordial dans la construction. Il dynamise le secteur. Du moment où vous avez choisi la promotion immobilière, vous vous tenez prêt à faire de la vente sur plan (VEFA). C'est-à-dire que vous allez vendre des biens immobiliers avant leur construction. Vous présenterez des plans à vos clients. En vous appuyant sur des visuels en 3D, vous leur présenterez la maison de leurs rêves. Sans oublier de prendre une première tranche de capital pour démarrer les travaux.

Vous planifierez alors la construction. Vous vous chargerez de la gestion et de la coordination des travaux. Bref, vous ferez tout pour livrer clé en main le bien que vous avez promis à votre client.

Dans la promotion immobilière, vous pouvez être le maître d'ouvrage de votre propre projet. Vous pouvez aussi être prestataire et travailler pour un donneur d'ordres.

Points forts de ce business

Ceux qui cherchent une autonomie dans leur carrière y trouvent leur compte. En effet, si vous êtes promoteur immobilier, vous aurez à prendre toutes les décisions. Il vous appartient de voir comment mener à bien toutes les opérations jusqu'à la concrétisation de votre projet.





Dans la promotion immobilière, on ne parle pas de petits montants. On a affaire à des capitaux. Donc, quand votre activité rapporte, elle rapporte gros.

L'immobilier occupe une place prépondérante dans la vie. C'est le fondement même de tous les aspects de la vie à savoir l'économie, les finances, la famille, etc. La maison est toujours utile. De ce fait, si vous évoluez dans le secteur de la construction, vous parviendrez facilement à étoffer votre liste de contacts. Par la suite, cela vous simplifiera la vie parce que vous aurez beaucoup de relations.

Conseils et recommandations

Durant la vente du plan, il faut savoir convaincre la clientèle car, il n'est pas toujours facile de mettre en vente un bien immobilier construit.

Il est recommandé d'avoir les connaissances juridiques et techniques nécessaires pour être à l'aise en négociation.

Votre investissement doit être conséquent. Une majeure partie servira à acquérir des propriétés foncières. Pour vous donner une idée, le prix moyen d'une acquisition foncière doit représenter la moitié du montant total de votre projet. Sachez qu'un promoteur immobilier recherche en permanence des emplacements constructibles. Si vous êtes promoteur-constructeur, vous devez investir en plus dans le matériel de construction. Un conseil : vous pourrez louer votre matériel.

Le risque du métier n'est pas à écarter. Vous êtes susceptible de perdre des capitaux si vous ne parvenez pas à liquider vos biens immobiliers.



La location d'un espace pour les événements



La location d'une salle pour les événements

Les idées de business pullulent. Il faut juste y penser. Aussi, le choix dépend de votre situation et de ce que vous possédez. Si vous êtes parmi ceux qui ont un vaste espace et qui ne voient pas qu'en faire, pourquoi ne pas le louer ? Savez-vous que dans ce cas, la location d'une salle pour les événements est une source idéale de revenus passifs ?

Principe de la location d'une salle

Face à une demande croissante et variée, ce type de location prend différentes formes. Tout d'abord, l'espace : il peut être une propriété, il peut aussi être une salle. Modulable ou non, réduit ou grand, il peut recevoir toutes sortes d'événements.

- Les séminaires;
- Des événements familiaux;
- Certaines réceptions professionnelles;
- Quelques réunions occasionnelles de groupes.

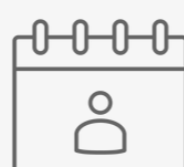
À vous d'aménager votre espace en fonction des besoins. Ensuite, la durée : la location peut se faire à l'heure, en journée voire à la semaine.

Vous pouvez varier le tarif selon la saison. Les demandes d'espaces affluent en période estivale notamment pendant les vacances. Les salles sont plus recherchées pendant les autres saisons.

Enfin, n'oubliez pas qu'un tel business, quoi qu'apparemment simple, requiert quelques conditions. Vous devez avoir une autorisation administrative. Vous devez aussi respecter des critères d'accessibilité et des règles de sécurité.

La communication, plus précisément le marketing, vous aidera beaucoup pour lancer votre business. Investissez donc de ce côté-là pour commencer.

Utilisez Internet pour automatiser la location de votre bien. Créez un site web ou passez par des sites de location d'une salle. Par la suite, la renommée de votre site se propagera de bouche à oreille.





Lorsque vous atteindrez la vitesse de croisière, vos activités se réduiront à l'accompagnement lors des visites des lieux par le client, la signature des contrats, la remise et la récupération des clés. Si vous avez une personne de confiance, vous pouvez lui déléguer ces tâches.

Si vous optez pour la location d'une salle ou d'une salle pour les événements, tôt ou tard, l'envie de l'aménager comme il le faut vous viendra.

Vous équiperez par exemple votre grande salle d'une cuisine professionnelle et d'un mobilier complet. Il vous arrivera tout naturellement d'accompagner votre location des services supplémentaires appropriés. Citons à titre d'exemples le service en salle, l'ajout d'une sonorisation, la décoration ou le nettoyage. Cela ne fera qu'augmenter votre marge bénéficiaire.

Points forts pour ce business

Les espaces et salles de location sont très demandés. Au cours de l'année, les événements se succèdent. La demande est donc plus ou moins régulière.

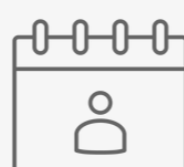
Vous parviendrez donc toujours à louer votre site. Préparez-vous à recevoir les réservations en haute saison.

Pensez à adopter un tarif plus élevé en fin de semaine ou en soirée. Cela est d'usage. Ayez toutefois une idée des fourchettes des prix selon l'emplacement de votre site. Lors de l'étude du marché, examinez la concurrence.

Conseils et recommandations

Même si la location d'une salle ou d'un espace pour les événements semble si aisée, ce n'est pas tout le monde qui s'y lance. Pourquoi ?

La raison repose sur les démarches préliminaires. Ceux qui ont expérimenté le business témoignent qu'il leur a fallu un mental d'acier pour convaincre les banques pour le financement. Sachez en effet que votre domaine a des normes à respecter.



La location d'une place de parking ou d'un garage



La location de parking ou de garage

Parce que ce n'est pas toujours facile de trouver un endroit pour se garer, surtout en centre-ville ou dans un lieu à fort trafic, alors, la location d'une place de parking ou d'un garage s'avère être une bonne affaire. Qui plus est, avec les tarifs de parking qui ne cessent de grimper, ce type d'investissement s'annonce fort rentable. Les conditions de rentabilité se résument au respect de certaines règles.

Principe location parking ou garage

En louant une place de parking, vous mettez à la disposition des usagers un endroit bien aménagé à cet effet. L'objectif est qu'ils puissent garer leur véhicule en toute sécurité. En contrepartie, ils vous verseront un loyer par heure ou forfaitaire.

D'une part, le garage est plus polyvalent. De plus, Il est non seulement destiné aux voitures et il permet aussi aux locataires de stocker leurs matériels, leurs meubles ou leurs affaires en cas de déménagement ou de gros travaux publics.

Pour vous lancer, cherchez le meilleur emplacement : accessible et dans un quartier bondé. Il faut de l'espace. Veillez à ce qu'il soit bien placé pour attirer le plus de locataires. Vous bénéficierez alors d'un loyer intéressant.

Afin de rentabiliser votre investissement, faites jouer la concurrence quand vous achetez votre place de parking ou votre garage. Osez comparer les prix proposés sur le marché pour en tirer le maximum de profit. Mieux encore, investissez sur un lot de garages ou de places pour profiter d'une baisse de prix.

Si c'est possible, misez sur des endroits qui ne nécessitent pas beaucoup de travaux d'aménagement.

Trouver le meilleur emplacement ne suffit pas. Pour apporter une réelle valeur ajoutée à votre parking ou à votre garage, vous devrez l'aménager et le sécuriser. Ensuite, il vous reste à lancer une annonce de location.





Points forts pour ce business

Investir dans un parking ou dans un garage offre une promesse de rentabilité locative assez bonne. C'est un créneau intéressant à exploiter pour placer et faire fructifier votre argent. La demande ne cesse d'augmenter, surtout dans des endroits spécifiques. Un rendement de l'ordre de 6% à 12% vous attend, sans pour autant nécessiter une gestion fastidieuse, ni un entretien particulier.

Votre investissement vous apportera à coup sûr ses fruits dans un bref délai, avec des conditions de location très souples. Les règles pour vous en sortir sont simples : avoir confiance en vous et choisir le meilleur emplacement.

Conseils et recommandations

Louer une place de parking ou un garage est un choix d'investissement judicieux. Pour le parking, optez pour un emplacement stratégique comme les centres-villes, les aéroports et les lieux touristiques...

Ainsi, votre parking fait partie d'un ensemble que vous avez en commun avec des tiers, vous devez participer aux éventuels travaux.

Pour un garage, les bénéfices sont modérés par rapport aux autres affaires.

Qu'il s'agisse de parking ou de garage à louer, vous devrez respecter les normes afférentes.

Avant de fixer votre tarif, mieux vaut connaître les prix appliqués par vos concurrents pour rester compétitif. En conséquence, l'étude de marché est donc très importante.

La location de garage ou de parking est soumise aux impôts. Renseignez-vous sur la façon dont vos revenus sont imposés pour éviter les mauvaises surprises.



La location d'un bateau



La location d'un bateau

La pratique nautique a de plus en plus d'adeptes. Par ailleurs, la location de bateau à quai devient monnaie courante. Si vous résidez à proximité d'une station maritime touristique et possédez un navire de plaisance, le louer ne serait-ce pas une bonne idée de business ? Vous pouvez aussi développer votre affaire avec une simple embarcation telle qu'un canoë si c'est plutôt un plan d'eau dépourvu de courant ou une rivière qui vous est facilement accessible.

Principe de location de bateau

Vous avez trois types de clients. Les premiers sont les touristes désireux d'entreprendre une virée de quelque temps, une journée par exemple. Les seconds sont des particuliers qui souhaitent juste changer de cadre le temps d'une soirée ou pendant quelques jours. Ils louent alors votre bateau immobile, à quai. Les troisièmes sont les agences de location. Vous contractez avec eux et mettez votre navire ou votre embarcation à leur disposition en contrepartie d'un revenu.

Cela nous amène à définir les différents types de location. En plus de la location de bateau à quai, citons la location de bateau entre particuliers et bien entendu, la location directe.

Les voiliers, le yacht, les bateaux à moteur, les goélettes et autres sont idéaux pour la navigation. Les plus ambitieux et ceux qui ont les moyens opteront pour un paquebot de croisière, pourquoi pas ?

Les chambres des bateaux à moteur ont une certaine classe pour les loueurs à quai. Les péniches sont idéales pour un tel usage. La liste n'est pas exhaustive.

Dans tous les cas, la location est accompagnée de services tels que la gastronomie, les diverses activités à bord, le nettoyage et la buanderie, etc. De ce côté-là, les loueurs de bateaux rivalisent d'attraits.





Points forts comme business

Comme le bateau est mobile, vous pouvez repérer les sites touristiques les mieux payés selon la saison et déplacer votre gréement sur les lieux.

Les démarches administratives sont simplifiées. Il est alors d'usage de louer temporairement son navire en temps de crise pour se faire un peu d'argent. Cela ne vous empêche pas d'étendre votre activité pour en faire un business à part entière. Le contexte est favorable.

En louant votre bateau, vous le rentabilisez. Sachant en effet que le propriétaire d'un navire l'utilise en général 10 à 15 jours par an, s'il le loue, il réussira à réduire les charges relatives à l'entretien, les frais de ponton et l'assurance.

Conseils et recommandations

La location de bateau est saisonnière. Il faut donc en profiter au maximum, surtout en haute saison touristique. Vous pouvez aussi le louer le weekend.

L'un des points communs d'un bateau et d'un bien immobilier est la nécessité d'entretien. Celui-ci doit être régulier. Des connaissances techniques sont requises chez le propriétaire. Il pourra donc intervenir en maintenance en cas de problème. Il est d'ailleurs censé avoir des compétences en nautisme.

Qu'il s'agisse de location en navigation ou de location à quai, un équipement de sécurité complet est exigé par les normes en vigueur. La charte de la profession exige aussi la qualité de service rendu à la clientèle. Elle prend en compte également l'état et l'âge du bateau ainsi que le tarif de location.



La location des voitures de luxe



La location de voitures de luxe

Le marasme automobile ? « Connais pas ! » diraient les loueurs de voiture de luxe. Ce marché se porte bien. D'ailleurs, les occasions ne manquent pas. Si vous osez, pourquoi ne pas en faire une idée de business ?

Principe de la location de voitures de luxe

Vous allez mettre en service des véhicules du type Ferrari ou Bentley. Vous les louerez en journée, les weekends ou pendant une semaine à une clientèle composée de :

- Riches personnes de passage dans votre ville. En général, elles ne voudront pas courir le risque d'acheter une voiture par crainte d'une décote.
- Personnes physiques portées par l'envie de se distinguer à l'occasion d'évènements tels que le mariage, une soirée VIP ou un anniversaire particulier. Parfois, si nous sommes passionnés d'automobile, l'envie de s'afficher au volant d'une voiture de prestige est plus forte que nous.
- Personnes morales à la recherche de véhicule haut de gamme. Les entreprises qui désirent véhiculer une image probante permettent ce luxe à ses dirigeants. La négociation d'un contrat, un évènement professionnel ou un rendez-vous d'affaires sont les meilleures opportunités pour louer une voiture de luxe.

Vous pouvez commencer par une seule voiture de votre choix. Il existe différents moyens de vous en procurer. Le financement à l'aide d'un crédit auto en fait partie. Pour convaincre les organismes de prêt, dressez un business plan réaliste. Le tarif de location d'une voiture de luxe est raisonnable. Il ne doit pas dépasser le prix d'une voiture d'occasion à savoir les 10 000 € (tarif 2016) à moins que la durée de location ne s'étende au-delà d'une semaine. Pensez à comparer les prix du marché avant de fixer vos tarifs.





Dans votre parc automobile, sachez que la célèbre Ferrari attire le plus grand nombre. Le modèle Porsche est plutôt destiné aux plus longs trajets. Vous aurez à prévoir un chauffeur privé car certaines catégories de personnes le demandent.

Points forts comme business

L'activité ne connaît pas la crise. Sa rentabilité est donc assurée.

La location en ligne est d'usage. Ainsi, vous trouverez rapidement des clients. Il est aussi possible de confier votre location à des sites spécialisés.

Conseils et recommandations

Le business est une aventure. Il y a des avantages et des risques, mais c'est justement ce qui fait l'attrait de la location des voitures de luxe.

Il vous appartient de la rentabiliser au mieux grâce à une bonne gestion.

Parmi les règles de bonne gestion figure vos conditions de sécurité.

Comme vous mettez en location un modèle haut de gamme, vous devez les établir clairement. Les locataires d'une voiture de plus de 400 CV doivent par exemple avoir plus de 30 ans et titulaires d'un permis depuis plus de 5 ans.

Pour que vous puissiez vous assurer de l'aptitude financière du locataire, exigez une preuve de la solidité de son compte en banque. Les arnaques existent, les voyous pullulent, et l'habit ne fait pas le moine. Il ne faut donc pas vous faire avoir.

Vous avez affaire à des voitures de prestige. Il va donc de soi que les primes d'assurance afférentes sont conséquentes. Aussi, prévoyez un gros capital pour l'investissement.



VRP *multicarte*



Devenir agent commercial multicartes

Le profil de l'agent commercial multicartes est très recherché. Dans un contexte de rude concurrence, les producteurs, les industriels, les enseignes et même certains travailleurs indépendants s'acharnent à rentabiliser leur entreprise. Ceux-ci ont vraiment besoin d'être bien représentés pour que leurs affaires réussissent. L'offre ne satisfera jamais la demande. Beaucoup s'estiment avoir la fibre commerciale et n'hésitent pas à en faire un job d'été. Et si vous leur proposiez vos prestations en choisissant d'être un agent commercial multicartes. Ne serait-ce pas une bonne idée de business ?

Principe agent commercial multicartes

Comme il s'agit de business, il n'est pas question de contrat de travail. Sinon, vous seriez plutôt un VRP (voyageur, représentant et placier). Certes, les conditions de travail d'un VRP et d'un agent commercial sont les mêmes. Tous deux contactent les prospects ou la clientèle afin de proposer des offres de services ou prendre des commandes. Mais à la base, un agent commercial n'est pas un salarié. Il est un travailleur non salarié, un mandataire indépendant.

D'après l'article L. 134-1, alinéa 1, les missions d'un agent commercial multicartes se résument aux négociations et à la conclusion de contrats de ventes et d'achats, de locations ou de prestations de services.

Quant à la qualification d'agent commercial multicartes, elle se traduit par le droit et l'aptitude à travailler pour plusieurs entités. Tout comme le VRP, le commercial peut être multicartes. Si vous choisissez donc le business d'agent commercial multicartes, vous représenterez certainement différentes marques.





Points forts pour être agent commercial multiscartes

Le premier avantage d'un agent commercial multiscartes est d'ordre financier. Étant généralement rémunéré en fonction du chiffre d'affaires qu'il rapporte, le mandataire est toujours gagnant du moment où il réussit à vendre ses produits. En plus de son intérêt économique, il y a aussi son indépendance. Il exerce son métier en toute liberté. Libre de définir son statut juridique, comme d'embaucher des employés où il veut et quand il veut. Enfin, possibilité lui est offerte d'exercer d'autres activités en parallèle.

Tous les secteurs professionnels ont besoin d'un agent commercial. Si vous êtes agent commercial multiscartes et aussi polyvalent, vous aurez la chance de pouvoir développer du business sur la même clientèle pour le compte de différentes marques.

En étant agent commercial multiscartes, vous êtes une personne multi-relationnelle. Avec l'expérience, vous n'aurez plus à chercher pour qui travailler. On vous recherchera. Et c'est promis : vous aurez l'embaras du choix au point de devoir faire le tri.

Conseils et recommandations pour votre business

Un agent commercial multiscartes doit savoir gérer ses mandants. Il doit ajuster son comportement face à la concurrence entre ces derniers. Il a des relations mais il doit bien les gérer et faire attention. La confidentialité, la bonne présentation, l'éloquence... Ce défenseur d'images doit être pourvu d'autant de qualités. Sinon, vous courez le risque de ne plus être sollicité par l'un de vos mandants. Donc, l'insécurité du business existe bel et bien de ce côté-là.

Un agent commercial multiscartes ne reste pas sur place. Il est donc rarement chez lui étant donné qu'il est mobile. Il doit donc avoir la santé et la force physique pour assurer des déplacements. C'est un business très recommandé pour les jeunes célibataires qui aiment le challenge et pour les personnes qui ont un réseau professionnel sur lequel il est possible de s'appuyer.



La création d'un site participatif



La création d'un site participatif

Vous êtes créatif et entreprenant. A la recherche d'une idée de business. Concept en pleine évolution, le site participatif. C'est une bonne alternative pour travailler avec les porteurs de projets. Si en plus, vous êtes curieux, vous trouverez plaisir à les aider à donner vie à leur projet.

Principe site participatif

Le site participatif consiste à faire rencontrer les porteurs de projets et les investisseurs. Les premiers sont vos clients et les seconds font partie des internautes. Ce site est donc une plateforme où vous publiez (ou permettez la publication) de projets. Le but est d'appeler les internautes à faire un don d'argent pour financer ces projets. En contrepartie, les porteurs de projets vont offrir des cadeaux à ceux qui ont accepté de leur tendre les bras. Ces cadeaux sont des signes de reconnaissance. Ils peuvent aussi être interprétés comme des récompenses. Citons les jeux vidéos ou les logiciels à titre d'exemple.

La création d'un site participatif est accessible à tous. Si vous décidez de vous lancer, vous pouvez faire en sorte que votre site reçoive tout type de projet du moment où il nécessite un financement. Les projets humanitaires, les événements, l'édition de livres et les disques... Ces derniers sont édités dans le but de concrétiser le business plan présenté par des personnes motivées qui comptent sur la générosité des internautes pour démarrer leurs propres affaires.

Ce concept a le vent en poupe. Il n'y a pas un jour sans qu'un projet ne soit publié et lancé. De plus en plus d'internautes s'y intéressent. Ils apportent leurs contributions et leur avis sur les projets qu'ils jugent ambitieux et brillants. Un franc succès vous attend, si vous vous lancez dans la création d'un site participatif.

Un site participatif est aussi appelé un site de Crowdfunding. Pour assurer sa visibilité et sa notoriété, il doit être attractif, simple et concis. Faites en sorte qu'il attire les internautes et les incite à prendre part au développement d'un projet.





Points forts site participatif

La création d'un site participatif n'exige pas de contraintes significatives relatives au temps et à l'argent. Pour démarrer dans ce domaine, un petit fonds de départ suffit. Un seul hébergeur suffit d'ailleurs pour vous en sortir.

Les contraintes liées au lieu et aux horaires de travail n'existent pas non plus. Vous pourrez vous y mettre partout où vous voulez et à n'importe quelle heure. Ne serait-il pas agréable de participer à l'aboutissement de brillants projets ? Vous serez fier d'entendre que tel ou tel projet de grande envergure a pris naissance sur votre plateforme.

Conseils et recommandations pour votre business

Pour que vous puissiez maîtriser totalement le site que vous créez, il faut avoir des notions en informatique. CSS, MySQL, HTML et PHP.

Soyez créatif et attractif pour convaincre les porteurs de projets de déposer leur business plan sur votre plateforme. Vous devez aussi attirer les simples internautes ou les visiteurs vers votre site. Si vous vous jugez incapable d'y parvenir, n'hésitez pas à faire appel à une équipe de développeurs expérimentés ou à une société spécialisée en réalisant un devis site internet

Ne lésinez pas non plus sur la publicité afin de travailler votre retour sur investissement.



La publicité en ligne



La publicité en ligne

La publicité en ligne est en pleine expansion. Les blogueurs de pub sont de plus en plus visibles sur le net. La navigation Web faisant partie intégrante de notre vie quotidienne, les marques en profitent pour y introduire des annonces.

C'est un moyen pratique pour faire connaître un produit, un service ou une organisation. Et de votre côté, vous qui possédez un blog, vous pouvez utiliser sa notoriété pour héberger des publicités, histoire de rentabiliser votre site ?

Principe de la publicité en ligne

Vous avez un site internet, alors le procédé est simple. Il vous suffit d'attirer des annonceurs. Ils utilisent votre audience pour lancer leur campagne de publicité. Et ce n'est pas gratuit ! Ces annonceurs vous rémunéreront. Comme mode de rémunération, ils peuvent choisir entre le Coût par clic, une rétribution proportionnelle au nombre de clics uniques sur les bannières publicitaires émises, le Coût par mille, une rétribution en fonction du nombre d'affichages ou le Cost per Sale (coût par vente), une rétribution en fonction du nombre de clics de visiteurs ayant acheté les produits.

Vous allez donc diffuser des bannières publicitaires, des bannières ou des bandeaux sur les pages de votre site web. Faites en sorte que les publicités soient visibles sur tout support : ordinateurs de bureau, ordinateurs portables, Smartphones ou tablettes.

Les publicités peuvent aussi prendre la forme de vidéos.

Elles s'avèrent intéressantes pour rentabiliser votre créativité sur YouTube. Et sachez aussi que si vous possédez une chaîne YouTube, vous pouvez profiter du programme de monétisation du portail. Les publicités seront alors insérées au commencement de votre vidéo ou en bas.





Points forts de la publicité en ligne

Contrairement aux publicités classiques sur papier ou autre support, celles en ligne se démarquent par la rapidité de diffusion et l'efficacité temporelle.

C'est une collaboration gagnant-gagnant entre vous et l'annonceur.

Aussi appelée publicité digitale ou e-publicité, la publicité en ligne permet un gain de temps considérable pour l'annonceur. Mais aussi, elles augmentent le nombre de clics sur votre page web qui l'héberge. Vous pouvez suivre et analyser en temps réel l'effet de la campagne en ligne à travers les taux de clic.

Que ce soit une publicité écrite ou illustrée, ou une publicité sur YouTube, la mise en place est facile et rapide. Tout le monde est apte à le faire.

Pour YouTube, il faut juste s'inscrire.

Conseils et recommandations pour développer votre business

La publicité sur Internet ne rapporte pas beaucoup d'argent. Il vous faut un grand nombre de visiteurs pour qu'elle puisse l'être. Par conséquent, il faut chercher les moyens d'augmenter la visibilité de votre site web. Si vous avez des difficultés à le faire, vous pouvez toujours faire appel à des régies publicitaires.

Ces dernières se chargeront de vous mettre en contact, vous, propriétaire de site, avec les annonceurs. Les régies publicitaires sont en mesure de gérer les campagnes publicitaires. Seulement, c'est payant. Prévoyez donc des coûts de régie. Enfin il existe les portails d'affiliation qui diffusent les campagnes référencées ainsi que les rémunérations proposées.

À trop vouloir faire de la publicité, vous prenez le risque d'ennuyer vos visiteurs. Sachez donc les modérer !



Le rachat d'entreprise



Le rachat d'entreprise

Le rachat d'entreprise est un engagement financier qui requiert une réflexion minutieuse. Ceci est dû au fait qu'un tel projet consiste à reprendre du capital déjà existant et à assurer sa gestion pour se faire continuellement des bénéfices. Toutefois, les opportunités de reprise s'accroissent de plus en plus au fil du temps. Ce business peut pour cela être considéré comme une alternative intéressante par rapport à la création d'entreprise.

Principe de rachat d'entreprise

La mise en œuvre d'un projet de rachat d'entreprise doit passer en général par quatre étapes incontournables dont :

La détermination du profil de l'entreprise à reprendre

Ce procédé est similaire à l'envoi d'offre d'emploi par un établissement pour filtrer les candidats. Il consiste en effet à définir avant tout le secteur d'activité recherché et la zone d'implantation de l'entreprise ciblée. Il convient après de déterminer la taille souhaitée que ce soit en termes de chiffres d'affaires ou de nombres de salariés et de caractériser le type de l'entreprise.

La recherche d'opportunité de reprise

Cette opération requiert la possession d'un réseau professionnel élaboré. La plupart des chefs d'entreprises qui souhaitent céder leur bien restent souvent très discrets. L'accès à ce type d'information devient pour cela assez compliqué. De plus, un repreneur sans lien direct avec une cible potentielle se retrouve souvent devancé par des salariés de l'entreprise ou des sociétés partenaires.

L'analyse minutieuse de l'entreprise ciblée

Cette étape consiste à recueillir le maximum d'informations sur l'entreprise choisie et son dirigeant. Le meilleur moyen d'y arriver est de s'entretenir directement avec le chef d'entreprise qui cherche à céder le bien.





Dans certains cas, il est nécessaire de rédiger une lettre d'intention. Il reste en suite à analyser toutes les données recueillies.

L'évaluation de l'entreprise

Cette étape est la plus importante de toutes puisqu'elle permet d'obtenir une valorisation précise de l'entreprise choisie. Ceci facilite considérablement les différentes négociations. Dans le cas où le projet est important, il est nécessaire de réaliser un audit d'acquisition effectuée par un cabinet d'audit mandaté par l'acquéreur.

Points forts du rachat d'entreprise

Le rachat d'entreprise reste l'une des solutions les plus intéressantes pour tout entrepreneur. En effet, ce type de projet permet d'éviter les différentes difficultés liées au démarrage de l'activité d'une nouvelle entreprise. Il faut se rappeler qu'une entreprise qui a fonctionné est forcément reconnue sur le secteur et possède déjà sa propre clientèle.

Outre ces avantages, l'acquéreur peut également profiter des relations déjà établies avec les fournisseurs, les prestataires et les banques. Sans oublier la présence des salariés déjà embauchés, les services et les systèmes informatiques déjà élaborés.

Conseils et recommandations

Le rachat d'entreprise présente des risques plus ou moins importants en fonction de la cible visée. Pour minimiser ces risques, il est conseillé de miser sur la qualité des recherches et des différentes analyses effectuées avant la mise en œuvre du projet.

Il est également recommandé de se faire accompagner par un professionnel ou une personne qui maîtrise parfaitement le secteur d'activité visé. À noter qu'un chef d'entreprise qui souhaite céder son activité cherche avant tout à vendre son entreprise et fera de son mieux pour convaincre chaque acheteur potentiel.



La création d'une marque vestimentaire



La création d'une marque vestimentaire

Chaque jour, de nouvelles marques vestimentaires tentent de surpasser les concurrents sur le marché. Faire connaître un produit à une clientèle précise reste pour cela un défi de grande envergure. De plus, les motivations sont souvent similaires pour chaque entreprise et les tentations sont nombreuses. Il arrive souvent que le créateur de la marque ne trouve pas les pièces qu'il veut. Donc il est obligé de les créer lui-même. Ce qui rend leur tâche très difficile.

Principe de création d'une marque vestimentaire

La création d'une marque vestimentaire consiste en premier temps à répondre à deux questions fondamentales :

- Quelles sont les cibles de la marque ?
- Pourquoi choisir cette marque au lieu d'une autre ?

Connaître les réponses de ces deux questions permet en effet d'avoir une vision plus claire du projet et de maîtriser son objectif réel.

La plupart des entrepreneurs ont tendance à se lancer trop vite dans leur projet et n'arrivent pas à venir à bout.

Après avoir répondu à ces questions, il faudrait encore trouver une histoire unique qui sera considérée comme origine de l'idée. L'histoire devrait pour cela être belle à entendre puisque beaucoup de monde va l'entendre. Dans le cas où il n'y a rien à raconter, il suffit d'en inventer.

Il faut garder en tête qu'une marque qui n'a pas de storytelling se meurt rapidement. De plus, cette histoire deviendra automatiquement le branding de la marque. C'est seulement après toutes ces étapes qu'il faudrait penser à la stratégie de positionnement de la marque, aux différentes formalités et aux stratégies marketing.





Points forts de la création d'une marque vestimentaire

Le mode vestimentaire et la marque des vêtements portés par une personne révèlent indirectement sa personnalité. Cela permet également de montrer la position sociale et d'exprimer les sentiments de manière non verbale.

Pouvoir porter des vêtements d'une marque bien positionnée et reconnue peut pour cela faire le bonheur personnel de certaines personnes.

Outre le fait d'augmenter le revenu financier et la popularité de son créateur donc, une marque vestimentaire joue un rôle fondamental dans l'expression de la personnalité de son porteur. De plus, une personne qui est à la mode est considérée comme une personne active, informée et attirante.

En d'autres termes, la création d'une marque vestimentaire est un moyen d'aider les gens à s'intégrer dans un groupe ou une équipe sociaux. Cela les aide également à s'identifier avec, sans faire de règle.

Conseils et recommandations

Pour assurer le bon développement et l'épanouissement d'un projet de création d'une marque vestimentaire, il est conseillé de bien déterminer l'identité de la marque et savoir la positionner. Ces deux facteurs sont les piliers de la durabilité de la marque. Effectivement, puisqu'un bon positionnement contribue à la création des premières collections.

L'identité de la marque quant à elle, est la base de son originalité et de l'image qu'elle évoque pour le client. Il vient ensuite la mise en œuvre d'une bonne étude de marché afin d'éviter toutes mauvaises surprises.

Pour se faire, plusieurs points devraient être clarifiés dont la concurrence, les différentes réglementations applicables au produit commercialisé, le marché et les fournisseurs.



La création d'un service de jardinage



La création d'un service de jardinage

Peut-être que tout le monde sait un peu jardiner, mais le jardinage ne se limite pas à la culture d'un parterre de fleurs. Le green de golf, le potager, la ville et la commune sont tous des lieux qui demandent l'intervention d'un jardinier professionnel. C'est pourquoi le jardinier de golf existe, tout comme le paysagiste et l'entreprise de jardinage. Tout cela pour dire que le service de jardinage prend diverses formes. Si vous avez la main verte, vous pourriez en faire un business.

Le principe de la création d'un service de jardinage

La création d'un service de jardinage nécessite un fonds pour acheter du matériel. Vous pouvez le faire seul mais vous feriez mieux d'avoir un employé. Donc, pour financer votre activité, vous pouvez par exemple souscrire à un crédit. Cette démarche requiert un business plan puisque vous devez convaincre les organismes de prêt. Vous devez définir une forme juridique pour votre entreprise.

Attention : le statut d'auto-entrepreneur ne convient pas aux activités de jardinage.

En voici l'explication :

Le jardinage étant une profession agricole, la caisse sociale afférente est la Mutuelle Sociale Agricole. C'est la Sécurité sociale agricole au même titre que le RSI. La MSA est chargée de gérer les cotisations des professions agricoles y compris les entreprises de jardinage. Un professionnel qui cotise à la MSA n'a pas le droit d'opter pour le statut d'auto-entrepreneur. Bref, la MSA s'occupe des personnes qui travaillent sur les végétaux. Elle ne reconnaît pas le statut d'auto-entrepreneur.





Il est toutefois possible d'opter pour le statut de micro-entrepreneur. Dans ce cas, le régime micro-fiscal et micro-social s'applique. Ce statut a un nom particulier à savoir le régime micro BA ou micro Bénéfice Agricole. C'est un nouveau statut. Il est valable pour les créateurs de service de jardinage dont les recettes hors taxes des trois dernières années d'exercice ne dépassent pas les 82 200 €. Sinon, selon son revenu, l'exploitant agricole a le choix entre le forfait agricole, le régime simplifié agricole et le régime réel agricole. Le premier est pour ceux qui perçoivent un revenu annuel sous le seuil de 76 300 €. Le second est pour ceux qui perçoivent annuellement un revenu compris entre 76 300 € et 350 000 €. Le troisième est pour ceux qui ont un revenu annuel dépassant les 350 000 €.

Les points forts

Le créateur de service de jardinage a la liberté de définir quel genre de jardinage il va faire. Le choix est vaste. Par conséquent, la concurrence est minime.

Le point commun entre le jardinier et le musicien est le résultat. Le travail accompli fait toujours plaisir. Voir un terrain bien entretenu adoucit aussi les mœurs. Ainsi, en offrant vos services de jardinage, vous entretenez la confiance de votre clientèle.

Quelques conseils et recommandations

Le service de jardinage n'est pas un travail d'amateur. Si vous cultivez des plantes qui ne poussent pas, vous ternissez l'image de tout le secteur. Vous brisez en même temps la confiance de votre client. Donc, il faut vraiment apprendre avant d'en faire un business.

Le jardinage est saisonnier. Une bonne organisation s'impose. Doublez donc votre activité avec d'autres telles que le bricolage. Il est conseillé d'opter pour les activités figurant dans la liste des services à la personne. De cette manière, si vous tenez absolument au statut d'auto-entrepreneur, vous pouvez l'avoir. Seulement, contentez-vous de faire du petit jardinage.



Le rédaction web



La rédaction web

Univers informatif par excellence, Internet a toujours besoin de rédacteurs web. Plus précisément, les pages web ont besoin de contenus. Ces contenus sont censés être mis à jour de temps en temps. La rédaction web est l'idée de business idéale pour vous si vous avez le profil défini par les caractéristiques ci-après :

- Vous êtes branché sur l'actualité ;
- De plus, vous avez les connaissances générales nécessaires pour écrire un contenu intéressant ;
- Si vous avez une vue globale des choses, sur tous les domaines, et savez situer un sujet dans son contexte ;
- Et si vous maîtrisez parfaitement une langue, celle que vous utiliserez en rédaction web, non seulement oralement mais surtout écrite ;
- Vous êtes créatif et écrivez de manière originale ;
- Vous êtes rigoureux, méticuleux, et aussi, vous êtes fort en orthographe ;
- Et pour finir, vous êtes passionné par l'écriture.

En quoi consiste la rédaction web ?

Les critères cités ci-dessus ne sont pas les seuls. Mais, on peut dire que vous pouvez avancer dans la rédaction web si déjà, vous les possédez.

La rédaction web consiste à enrichir les contenus des pages web par des textes. Il existe autant de variétés d'articles qu'il y a de blogueurs, de propriétaires de site web et de référenceurs. Ce serait un plus si vous maîtrisez le référencement web. Ainsi, vous saurez parfaitement jouer avec les mots, faisant en sorte de plaire à la fois aux moteurs de recherches, Google en particulier, et aux internautes.

Votre matériel se réduit à un ordinateur avec connexion Internet.

La rédaction web en tant que business est un travail en freelance. Donc, il vous faut décrocher un marché.





Autrement dit, pour commencer, vous allez chercher vos clients et les fidéliser par la suite par votre réactivité, la qualité de votre prestation et votre rapidité.

Quels sont ses points forts ?

Ce business est facile à mettre en place. Qui plus est, son démarrage ne demande pas beaucoup d'argent.

La rédaction web ne demande pas le savoir d'un académicien et l'agilité d'un écrivain. Comme, de nos jours, c'est l'intérêt de l'internaute qui compte, il suffit que le texte soit bien compris, clair et concis, pour être satisfaisant.

Comme vous travaillez en freelance, vous êtes libre dans votre emploi du temps. Vous pouvez vous organiser comme bon vous semble du moment où vous respectez les délais de livraison convenus.

Voici quelques conseils et recommandations

La rédaction web est une activité sédentaire qui se pratique à domicile. Comme vous êtes guidé par votre passion, quand vous êtes plongé dans votre business, vous ne voyez même pas le temps passer, tel un adolescent plongé dans le monde virtuel de son jeu vidéo préféré. Vous oubliez toutes vos autres activités. Pire, si vous ne faites pas attention, vous manquez votre activité physique quotidienne. Donc, pensez à vous discipliner. Sachez concilier votre vie familiale, personnelle et professionnelle. Cela requiert une forte maîtrise de soi.

La rédaction web est en fait un travail d'équipe. En intégrant la communauté des rédacteurs web, vous prenez une grande part de responsabilité vis-à-vis de tous les internautes : leur fournir des contenus non seulement originaux, mais surtout exacts, véridiques et authentiques. Donc, ne ternissez pas l'image d'Internet en vous contentant d'écrire de longs textes dépourvus de sens. Ne bradez pas non plus vos tarifs au risque de décrédibiliser le marché ! Rappelez-vous que vous vendez vos compétences intellectuelles.



La formation à domicile en art culinaire



La formation à domicile en art culinaire

L'art culinaire est un peu plus étendu que la cuisine proprement dite. Il ne concerne pas uniquement la gastronomie, mais aussi la diététique, la sécurité alimentaire et l'hygiène. Bref, il englobe l'ensemble des technologies de la restauration. Cette science est associée avec l'art de la table. Sans vous faire peur avec les mots, il est bon de vous assurer que la formation à domicile en art culinaire a une multitude d'avantages. En plus, ce business est en pleine expansion.

Principe de l'art culinaire

Titulaire d'un CAP ou non, si vous êtes un cordon-bleu ou un passionné de cuisine, entreprendre et donner des cours en la matière, chez vous ou chez votre élève, est possible. Bien entendu, si vous n'avez pas le diplôme, vous avez l'expérience. Trois années d'exercice de la fonction suffisent pour maîtriser le b.a.-ba de la gastronomie et les secrets de la réussite des recettes demandées par vos clients.

Vous investissez un peu pour vous procurer des ustensiles nécessaires. Vous lancez votre affaire par tous les moyens : le bouche à oreille, les réseaux sociaux, etc. Quand quelqu'un répond, vous l'invitez à se joindre à vous avec 4 à 6 apprenants. Votre élève va inviter à son tour ses amis ou proches qui seraient intéressés. Vous fixez un rendez-vous soit chez vous, dans votre cuisine professionnelle, soit chez votre élève, et le tour est joué.

Points forts pour développer une formation sur l'art culinaire

Le métier de formateur à domicile en art culinaire n'a pas de contours stricts. Cela vous donne plus de liberté à l'exercer. La demande est accrue parce que tout le monde sans exception voudra bien goûter à de la bonne nourriture. Les mères de famille souhaiteraient satisfaire les membres de leur famille et leurs convives. Pour elles, c'est un moyen de s'affirmer. De ce fait, donner des cours d'art culinaire à domicile est toujours rentable.





Sinon, il vous permet d'avoir beaucoup de relations grâce à la convivialité qui règne pendant les cours. La plupart du temps, vous goûtez ensemble aux plats que vous aurez préparés.

Réalisé avec amour, ce business s'avère simple. En plus, vous n'investirez pas beaucoup.

Conseils et recommandations

La formation à domicile en art culinaire est un business à forte concurrence. Si vous ne parvenez pas à séduire votre clientèle, d'autres le feront à votre place. Le secret est de faire d'abord une enquête approfondie lors de l'étude de marché. Cernez la demande des clients. En fait, pourquoi les maîtresses de maison ne se contentent pas d'apprendre par les blogs, via Internet ou dans les livres de cuisine ? La réponse est que lorsqu'elles mettent en application les recettes qui y sont présentées, elles ne réussissent pas forcément. Elles en déduisent alors que seuls les chefs de cuisine à domicile détiennent les secrets de la réussite de ces plats. C'est la raison pour laquelle il est important d'avoir de l'expérience. Riche de votre expérience, vous ne risquez pas de rater vos préparations culinaires.

La concurrence est bien présente. Donc, vous devez user de créativité pour apporter ce petit plus qui fasse qu'on ne vous oublie jamais.



La formation à domicile en bricolage



En quoi consiste la formation à domicile en bricolage ?

La formation à domicile en bricolage gagne du terrain. Si vous êtes polyvalent en la matière en plus d'être pédagogue, cela pourra vous intéresser comme idée de business.

Principe formation à domicile en bricolage

Vous vous déplacez chez votre client avec le matériel nécessaire.

Vous faites connaissance de ses besoins, et vous lui conseillez et lui transmettez votre savoir-faire en fonction de sa demande. Le but est de l'aider à se débrouiller tout seul. Vous l'accompagnerez donc dans ses interventions après avoir donné l'exemple. Comme ce n'est pas tout le monde qui aime bricoler, vous pouvez faire en sorte qu'à l'issue de votre formation, votre client considère le bricolage comme un plaisir et non plus comme une corvée.

C'est parmi les meilleurs moyens de le fidéliser.

La formation touche en général le domaine de la plomberie, l'électricité et la menuiserie. Certaines personnes pourront vous solliciter en maçonnerie.

Les thématiques abordées peuvent être la robinetterie, l'installation d'une douche à l'italienne, l'isolation, l'enduit ou le carrelage. Les petits travaux comme le remplacement d'une prise, le montage d'un meuble, la peinture et le contrôle du chauffage sont fréquemment demandés, sans oublier les trucs et astuces divers.

Il y a deux types de facturation : le tarif horaire et le tarif ponctuel.

En fait, prenez tout votre temps pour étudier le marché, dresser votre plan d'affaires et voir comment vous allez présenter vos offres de service.

Vous pouvez établir un pack formation avec différentes thématiques selon vos compétences. Vous y présentez par exemple trois niveaux d'accompagnement à savoir les cours accélérés, les cours intensifs ou le simple suivi.

Sinon, vous proposerez un coaching à la carte.





Vous pouvez y mettre diverses formules en jouant sur la durée de la formation, par exemple de 2 à 10 heures. La formation suivie de visites-conseils à domicile est aussi une autre forme de coaching. Ce ne sont que des exemples, mais ce sera à vous de voir.

Points forts formation à domicile en bricolage

Les cours de bricolage à domicile sont faciles à mettre en place comme business. En plus, ils ne nécessitent pas trop d'investissement financier.

Vous vous posez peut-être la question : Pourquoi il est conseillé d'opter pour la formation à domicile en bricolage comme business au lieu d'un service de bricolage à domicile tout court ? La réponse est que vous gagnez mieux la confiance de votre clientèle en la formant qu'en réalisant vous-même les travaux. Si vous êtes un artisan qui s'exécute sans former, un client nul en bricolage se poserait toujours la question, pendant que vous intervenez, si vraiment vous réussiriez à le satisfaire. Si vous le formez, il comprendra et sera plus confiant.

Le coaching en ligne existe. L'avantage du coaching à domicile par rapport à cette méthode réside dans la praticité de l'enseignement. Certains points risquent d'être incompris à distance.

Le plaisir partagé après la formation permet de tisser de nombreux contacts. Votre client sera ravi car vos cours lui ont permis d'économiser plus de la moitié des dépenses à allouer au bricolage.

Conseils et recommandations

Il faut juste savoir s'organiser par la suite lorsque le nombre de vos clients augmentera. La discipline face à la contrainte temps est requise. Tenez compte de la durée de vos déplacements et des frais alloués.



La création de parfums personnalisés



La création de parfums personnalisés

Avez-vous déjà entendu parler de cette startup créée à cause du souvenir d'un être cher disparu ? Pour démarrer, la créatrice de l'entreprise a choisi de reproduire sous forme de parfum l'odeur d'un être cher. Donc, c'est du sur-mesure. Donc, c'est du sur-mesure. Elle trouve sa clientèle dans le secteur funéraire. Sa perspective est d'étendre son marché vers de domaines plus réjouissants. La maison reproduira alors l'odeur du doudou dans des eaux de toilette en destination des petits enfants loin de leurs parents...

Cette anecdote est évoquée pour rappeler que la création de parfums personnalisés trouve preneurs. Les produits sont irrésistibles parce qu'ils agissent sur le psychisme. Si le business vous tente, voici ce que vous devez savoir :

Principe de la création de parfums personnalisés

Le marché des parfums personnalisés est un marché de niche. C'est-à-dire que vous évoluerez au sein d'un étroit univers où l'on vend des produits spéciaux. La concurrence est douce, ou du moins semble l'être (nous verrons la raison dans les conseils et recommandations). La marge bénéficiaire est très élevée et pourtant, le volume des transactions est réduit.

Si vous avez donc un bon sens olfactif, un tel métier du nez pourra vous convenir. Commencez par découvrir l'univers du luxe. Faites connaissance avec le marché. Si vous avez les possibilités, vous pouvez suivre une formation de quelques jours à Grasse, la capitale du parfum. Entre les ateliers, on vous mettra au courant de ce qui se passe dans les coulisses de l'industrie. Pour réussir, vous devez voyager pour voir d'où viennent les matières premières et qui sont les fournisseurs. Tout cela pour vous assurer que vous évoluerez au sein d'un marché équitable et que vous allez fournir des produits de qualité. Pour cela, travailler avec un chimiste est impératif. Si vous avez le goût du risque et un réel sens des affaires, vous ne devez pas avoir peur parce que d'une part, la parfumerie est l'un des plus gros marchés d'exportation en France.





D'autre part, la création de parfums personnalisés est un service offert à tarif très onéreux dans l'Hexagone. La démocratisation des produits rabaisse leur valeur.

Points forts pour la création de parfums personnalisés

Le business est très rentable si vous vous en sortez. Quoique discrètes, les opportunités sont multiples. Il vous appartient de les dénicher.

En entreprenant dans l'univers de la parfumerie sur-mesure, vous réussirez à tisser des relations avec des gens intéressants.

Conseils et recommandations

Dès les premiers jours où vous vous manifestez comme un créateur de fragrances sur-mesure, vous êtes dans le collimateur des grandes maisons. Ces dernières sont en effet au courant de l'engouement des consommateurs pour les parfums atypiques. Elles ne voudront en aucune manière vulgariser la parfumerie dite artistique, un secteur qui inclut la création de parfums personnalisés. De ce fait, le marché est difficile à percer. Presque tout est confidentiel... comme dans le monde des transactions de tout objet de valeur, d'ailleurs !

Votre investissement dans une telle activité est conséquent. Même si vous collaborez avec un chimiste, vous devez quand même avoir les notions essentielles. Donc, apprenez avant d'entreprendre ! Vous devez aussi cultiver votre créativité.



Faire des films pour les mariages / événements



Faire des films pour les mariages et événements

Les films, vous aimez ! En créer, encore plus ! Réveillez donc la vocation de cinéaste et de vidéaste professionnel qui sommeille en vous. Faites carrière dans le secteur des mariages et des événements. Voilà un marché très porteur qui ne connaît pas la crise.

Principe du film pour mariages et événements

Faire des films pour les mariages et événements présente une belle opportunité pour tous les entrepreneurs ambitieux qui souhaitent prendre leur envol et créer leur propre entreprise. Ce métier consiste en effet à filmer un mariage ou un autre événement comme le baptême, l'anniversaire, la sortie de promotion... Après, vous montez les films pour les proposer à vos clients. Sachez que vous aurez un certain niveau de responsabilité car la réussite d'un événement dépend en partie de vos prestations. Il ne faut pas rater les moments marquants et émouvants. Ce métier est accessible à tous les adeptes de la photographie et de l'informatique.

L'idée est simple à première vue. Mais attention, quand vous vous lancez, vous devrez prendre en compte quelques critères pour attirer de nouveaux clients et pour asseoir votre notoriété. Du rêve à la réalité, il faut faire preuve de motivation, de créativité et d'originalité.

Quand les clients investissent en faisant appel à un professionnel, ils cherchent avant tout une qualité impeccable d'images et de vidéos. Pour répondre au mieux à leurs attentes, vous devrez donc premièrement vous équiper des matériels de qualité et à la pointe de la technologie. Ce sera votre principal atout pour vous démarquer de vos concurrents.





Points forts pour la réalisation du film

Faire des films pour le mariage ou pour d'autres événements reste une très bonne idée de business à réaliser. C'est un secteur peu exploité et très bénéfique pour gagner sa vie. Malgré leur situation financière, des couples doivent se marier, des anniversaires et beaucoup d'autres événements doivent être fêtés. Et la plupart des personnes qui les organisent rêvent d'une fête inoubliable et immortalisée par de magnifiques vidéos de souvenir. Ce secteur pourra donc vous rapporter. En plus, c'est assez simple à réaliser. Pour lancer votre affaire, il suffit de faire une publicité de vos services via les médias et Internet. Par la suite, vous pourrez être sûr d'en tirer le maximum de profit. Vous pourrez, en plus, entretenir des relations privilégiées avec des personnes intéressantes.

Conseils et recommandations

En tant que vidéaste, vous aurez l'obligation de faire de chaque événement un moment unique et personnalisé. C'est justement pour cela que vous devrez apporter une touche de créativité et d'originalité à vos toutes réalisations. N'hésitez pas à profiter des logiciels innovants pour faire ressortir le meilleur d'un événement et pour reproduire certaines ambiances visuelles uniques. Ne lésinez pas non plus sur le matériel. Plus vous investissez sur les équipements dernier cri, plus vous aurez la chance d'attirer les clients. C'est également le cas pour la publicité. Vous pourrez créer un site web pour lancer vos prestations. C'est le moyen le plus rapide pour vous faire connaître et pour donner au public les aperçus de vos plus belles réalisations. Mais au cours d'un événement, n'oubliez pas de partager vos cartes de visite aux personnes intéressées.



La création d'un centre de service à la personne



La création d'un centre de service à la personne

La création d'un centre de service à la personne consiste à lancer une entreprise prenant en charge la réalisation d'un ensemble de prestations fournies à domicile. Ces services sont en général prévus pour faciliter la vie quotidienne de personnes âgées, handicapées ou simplement d'une famille. Les emplois reliés aux services à la personne peuvent être très physiques dans des cas et impliquent souvent de nombreux déplacements. Son principal avantage est sa flexibilité sur les plages horaires et le nombre d'heures de travail.

Principe de la création d'un centre de service à la personne

La création d'un centre de service à la personne doit passer par la validation de quelques étapes importantes. Ceci doit être fait dans l'objectif d'assurer la viabilité du projet et la présence de la demande. Il faut se rappeler que le secteur des services à la personne est déjà saturé. Avant de se lancer dans la création proprement dite donc, il est nécessaire d'effectuer une analyse du marché et de la concurrence. Cela permet d'optimiser les différents services à proposer et de définir le lieu d'implantation idéal.

Il vient ensuite la détermination des spécificités du secteur des services à la personne. Toute entreprise qui souhaite donner à ses clients une réduction fiscale doit impérativement obtenir l'agrément « services aux personnes ». Le centre de service à la personne pourrait pour cela exercer en mode prestataire ou mandataire ou encore travailler dans le cadre d'un conventionnement. Après la validation de ces étapes, il reste à choisir la forme juridique à adopter.

Cette forme juridique déterminera les différentes contraintes, obligations et avantages financiers. C'est seulement après toutes ces opérations qu'il faut élaborer le financement. La partie financement prend en compte le plan d'investissement, la trésorerie, le compte de résultat prévisionnel...

En dernier lieu se trouve la sélection de la stratégie de communication pour le lancement de l'activité.





Points forts de la création d'un centre de service à la personne

La création d'un centre de service à la personne présente plusieurs avantages non seulement pour le créateur, mais aussi pour les emplois et les clients. Ce type d'entreprise peut par exemple bénéficier d'une réduction d'impôt sur le revenu pouvant aller jusqu'à 50 %. Mais aussi d'une réduction des impôts sur les sociétés de 25 %. Il y a également la possibilité de paiement en Chèque Emploi Service Universel (CESU). De cette manière, les salariés seront davantage plus attentifs et disponibles puisque la conciliation de leur vie privée et professionnelle devient plus facile.

Conseils et recommandations

La réussite de la création d'un centre de service à la personne ne dépend pas seulement de la validation des étapes de création. Afin d'assurer le bon fonctionnement de l'entreprise, il est conseillé de suivre quelques recommandations. Un des points essentiels à prendre en compte est la localité de l'activité.

En effet, le centre doit au moins miser sur un bassin de population de plus de 25 000 habitants. Ceci contribuera considérablement au maintien de la fonctionnalité des services et de la présence de client. L'idéal serait de disposer environ 50 % de foyers imposables qui peuvent profiter des avantages fiscaux.



Devenir pâtissier ou boulanger



Comment devenir pâtissier ou boulanger ?

Un boulanger ou un pâtissier est en général un artiste dont l'œuvre est destinée à régaler les papilles. Ils fabriquent des pains, des viennoiseries et différentes sortes d'entremets. Ces types d'artisan sont souvent très demandés par les industriels, mais aussi par les particuliers.

Devenir pâtissier/ boulanger peut pour cela être très gratifiant surtout dans le cas où les productions ont du succès. Devenir pâtissier ou boulanger est donc une alternative qui a de l'avenir. De plus, ils peuvent facilement diversifier leurs offres en fabriquant plusieurs variétés de produits.

Principe pour devenir pâtissier ou boulanger

Pour devenir pâtissier/boulangier, il faut passer par une formation spécialisée pour obtenir des diplômes professionnels. L'acquisition de ces diplômes se fait le plus souvent par le principe d'alternance. Ce qui signifie que l'élève doit suivre une formation théorique dans un centre de formation et effectuer une formation pratique en entreprise de temps à autre.

Devenir boulanger

Ceux qui souhaitent devenir boulanger peuvent pour cela passer un CAP boulanger qui est accessible en 2 ans après la classe de 3e. Cette formation peut se faire en lycée professionnel ou dans un centre de formation apprentis.

Il est également possible d'accéder à une mention complémentaire pour un an après le CAP.

Avec cette option, l'apprenti peut choisir une spécialité. Il y a également la BAC Pro qui se prépare en 2 ans après le CAP ou en 3 ans après la 3e. Le réseau des Chambres de métiers propose aussi un brevet de maîtrise pour les intéressés.

Devenir pâtissier

Le cursus à suivre pour devenir pâtissier est similaire à celui adopté pour devenir boulanger. Il y a le CAP qui est accessible après la 3e avec une formation en apprentissage.





L'apprenti peut ensuite se spécialiser en pâtisserie boulangère, en glacerie et chocolaterie ou en confiserie, en optant pour des mentions complémentaires.

Ceux qui souhaitent poursuivre leur formation au lycée peuvent passer un bac pro de boulanger pâtissier ou chercher un brevet technique des métiers de pâtissier-confiseur-traiteur-glacier.

Les points forts du métier de boulanger et pâtissier

Devenir pâtissier/boulangier est un choix qui propose plusieurs solutions d'évolution en carrière. Actuellement, le secteur de la boulangerie française est à la recherche constante de main d'œuvre, surtout pour la boulangerie artisanale. Ce domaine est pour cela un grand pourvoyeur d'offres d'emplois.

En ce qui concerne la boulangerie industrielle, il y a un recrutement permanent et croissant d'ouvriers qualifiés. Le secteur promet donc un avenir florissant pour les professionnels.

La situation en est de même pour les pâtisseries. Les boutiques spécialisées comme les confiseries et les chocolateries sont à l'affût des pâtisseries qualifiés. Plusieurs opportunités sont également présentes dans la grande distribution, dans les restaurants de luxe et les industries.

Conseils et recommandations

Devenir pâtissier/boulangier est une solution efficace pour assurer son avenir, mais il est conseillé de mettre toutes les chances de son côté. Pour cela, il est recommandé d'acquérir le plus de diplômes possible et de développer les qualités requises pour le travail.

Il faut se rappeler que ce métier est prévu pour des personnes dotées d'une résistance physique, d'un esprit curieux et créatif. Pour pouvoir être à la hauteur donc, il est nécessaire de rassembler ces qualités et suivre régulièrement les nouvelles tendances de consommation.



Courtier juridique



Le courtage juridique (litiges courants, renégociation d'emprunts de logements de particuliers...)

En général, un courtier juridique est une personne qui se charge des différentes négociations honoraires d'un avocat sur une affaire spécifique. Recourir aux services d'un courtier juridique permet en effet de gagner du temps et de mettre toutes les chances de son côté. Il est important de se rappeler que les affaires nécessitant des interventions juridiques requièrent le meilleur avocat adapté à la circonstance.

Les cabinets de courtage juridique aident les clients à mieux sélectionner une spécialité juridique tout en privilégiant leurs intérêts. Outre les négociations honoraires, un courtier juridique peut également accompagner les clients sur diverses interventions juridiques.

Principe du courtage juridique

Pour devenir courtier juridique, il est nécessaire de suivre au minimum une formation spécifique de 2 ans. Cette formation se nomme « DUT Carrières Juridiques ». Et les étudiants peuvent encore continuer leurs études à l'université pour étoffer leurs connaissances. La formation DUT Carrières Juridiques est accessible à tous ceux qui ont passé un BAC généraliste. Mais également technologique ou professionnel par l'obtention d'une validation des acquis de l'expérience (VAE) (selon conditions).

Ceux qui souhaitent continuer à l'université peuvent intégrer une 3^e année pour obtenir un diplôme de licence professionnel, en suivant cette formation, les étudiants peuvent rapidement s'intégrer dans différents services juridiques. Pour mener à bien sa mission, le courtier juridique se base sur un appel d'offres et une mise en concurrence des avocats.

Pour se faire, il prend en compte trois critères déterminants: À savoir la compétence et les expériences souhaitées, le prix des honoraires et la disponibilité de l'avocat. Dans ce métier, plus tôt les honoraires sont négociés, plus la relation avocat/client est satisfaisante.





Points forts pour le courtage juridique

Le métier de courtier juridique promet un bel avenir puisque le secteur est encore sous exploité et la présence de clients y est constante. Ce secteur offre également une réelle opportunité d'évolution dans le travail.

En général, le courtier juridique commence sa carrière comme salarié dans un cabinet de courtage. Il ne s'occupe à ce niveau que de la gestion de petits contrats.

Au fur et à mesure que ses compétences augmentent, il acquiert de plus en plus de responsabilités avec de nouveaux clients et de nouveaux contrats.

Le courtier juridique peut pour cela se développer en devenant indépendant en créant leur propre cabinet de courtage ou en rachetant le portefeuille des clients.

Conseils et recommandations

Outre la nécessité d'avoir les diplômes requis pour exercer ce métier, un courtier juridique se doit d'acquérir plusieurs qualités indispensables. Parmi ces qualités se trouvent par exemple le talent de négociateur et la bonne connaissance de son secteur d'activité. Afin d'assurer à chaque fois la bienfaisance de sa mission, il devra être également rigoureux, psychologue et méthodique.

Avec ces qualités, le courtier juridique peut facilement orienter ses clients dans l'établissement d'un diagnostic précis et proposer des services parfaitement adaptés. Pour assurer le respect de la légalité dans le travail, il est conseillé de vérifier que le courtier juridique ne présente aucune relation financière avec les avocats. Un courtier ne doit pas non plus donner de consultation juridique.



Créer un site de revente entre particulier ou professionnel



Une place de marché pour particuliers ou professionnels

Quelquefois, l'envie vous prend de revendre tels ou tels objets, matériel ou biens qui vous appartiennent ou que vous avez créés. L'avantage est que vous faites une bonne affaire tout en vidant votre grenier. Afin de tout liquider en un clin d'œil, créez un site où vous pourrez revendre vos articles. Sachant que vous n'êtes pas le seul à vouloir faire de la revente, invitez des particuliers à interagir avec vous ou entre eux à travers votre site. Un autre choix est la revente entre professionnels. Pourvu que cela rapporte de l'argent, ce serait une bonne idée de business !

Principe de la place de marché pour particuliers ou professionnels

La liste des sites de revente ne cesse de s'étoffer. Preuve en est que tout le monde a envie de céder ce qu'il croit être superflu chez lui... même les cadeaux et les billets de concert ! Amazon, e-Bay, Entre Particuliers, etc.

Ce sont des sites généralistes bien connus. D'ailleurs, la plupart ont pu asseoir leur notoriété d'une manière et d'une autre.

Donc, si vous, vous envisagez de créer un site de revente, définissez un thème. De cette manière, vous arriverez facilement à percer le marché. Si vous vous obstinez à créer un site généraliste, préparez-vous à une rude concurrence. La balance a de fortes chances de se pencher vers les grands acteurs du secteur.

Après avoir défini un thème qui délimitera vos reventes, anticipez votre clientèle. Sera-t-elle une clientèle de professionnels ou de particuliers ? De ce choix découleront votre méthode de revente et la présentation de votre site. Un site revendeur B2B (Business to Business) est sobre du point de vue design. Un site revendeur C2C (Customer to Customer) pourra bien être riche en couleurs.

Vient ensuite l'étape technique de la création de votre site. Sur Internet, il existe de nombreux tutoriels qui vous aideront à le faire sans peine même si vous n'êtes pas initié.





Lorsque votre site sera créé, vous devrez le rentabiliser. Pour ce faire, vous pourrez payer pour occuper les premières places sur Google. Mais, vous pouvez aussi augmenter votre visibilité grâce à un bon référencement.

Points forts site de revente entre particuliers et professionnels

La gestion du site est facultative. Il se rentabilise automatiquement. La difficulté du business s'arrête donc à la création du site.

En optant pour la création d'un site de revente, que ce soit pour les professionnels ou entre les particuliers, vous vous permettez le voyage. Le déplacement ne vous empêchera pas de continuer votre travail.

Le business est rentable. C'est certain. Vous n'investirez en effet que dans l'hébergement de votre site.

Conseils et recommandations

Comme évoqué plus haut, le dur du travail se situe dans la partie technique de la création du site. Donc, vous avez quand même besoin d'un certain niveau de connaissances informatiques. Sinon, faites appel à un professionnel pour vous aider.

Le lancement de votre site est un passage obligé si vous voulez attirer le maximum d'internautes. Organisez donc des campagnes de communication.

Le choix du thème de votre site ne doit pas se faire au hasard. Étudiez le marché pour que vous puissiez sortir du lot.



Acheter / revendre des biens immobiliers



Achat et Revente de biens immobiliers

Il est d'usage d'investir dans la pierre. Il y a toutefois des éléments à connaître si vous voulez en tirer le maximum de profit.

Principe de l'achat et revente de biens immobiliers

Acheter et revendre des biens immobiliers est un business à part entière. La période de crise est favorable à l'achat, les négociations étant plus faciles. Le bien peut être un appartement, une maison ou un domaine tout entier. Une fois le bien acquis, vous allez le revaloriser. C'est-à-dire que vous allez le rénover. Le but est d'avoir un bénéfice plus conséquent à la revente.

Le bricolage vous est familier, vous en êtes même passionné. C'est déjà un atout. Si en plus, vous êtes persuasif, c'est tant mieux. L'efficacité de votre business repose en effet sur les négociations. Reconnaître les défauts du bâtiment vous aidera à argumenter quand vous négociez.

Le marché de l'immobilier se divise en deux catégories : l'ancien et le neuf. Si vous placez votre argent dans l'ancien, vous devez prévoir d'importants travaux de rénovation et d'entretien. Si vous investissez dans le neuf, les prix sont plus conséquents. Il existe divers modes de financement au démarrage de votre activité. Le crédit en fait partie. Citons à titre d'exemple le crédit immobilier.

Points forts pour l'Achat et la Revente de biens immobiliers

À l'issue d'une négociation réussie, les bénéfices peuvent atteindre plusieurs milliers d'euros.

L'avantage de l'achat et revente d'un bien ancien par rapport à l'investissement locatif s'explique par le fait suivant : Si en 1950, vous avez acquis un bien immobilier à 100 000 euros, vous arrivez à le revendre actuellement à 1,5 million d'euros.





Le facteur de multiplication est 100. C'est ce qui explique pourquoi les propriétaires revendeurs (surtout ceux qui exercent dans l'ancien) sont 34 fois plus aisés que les loueurs.

L'achat en lots de biens immobiliers suivi de ventes séparées de leurs éléments est une technique très avantageuse. Si vous arrivez à vendre un certain nombre de bâtiments, vous pourrez enfin vous autofinancer. C'est le garant d'une augmentation radicale de la rentabilité de votre affaire. L'achat et la revente de biens immobiliers constituent le meilleur business pour se créer un patrimoine. Lorsque vous serez confronté au logement ou à la résidence de vos rêves, vous pouvez ne pas le revendre, tout simplement. Et vous voilà propriétaire !

Conseils et recommandations

Solliciter une entreprise ou des artisans pour les travaux de rénovation nécessite des dépenses en plus. Vous feriez mieux de les entreprendre vous-même si vous êtes bricoleur. En plus de l'investissement financier, il faut y donner le maximum de votre temps. Ne faites pas les choses avec empressement. L'immobilier est une activité très réglementée. Vous aurez donc besoin de vous mettre au courant des normes et de la législation en vigueur.

Le marché de l'immobilier est un marché conjoncturel. Il faut être au courant des actualités économiques et financières. C'est ainsi que vous saurez saisir les opportunités. Les impôts sont bel et bien présents dans ce secteur. Plusieurs lois les encadrent, vous aurez l'embaras du choix. Parfois, vous ne vous retrouverez pas. Il faut être malin dans vos démarches.



Vendeur B2B



Comment devenir vendeur en B2B ?

Le B2B rassemble toutes les activités commerciales entre deux entreprises pour des échanges de services, d'informations ou de produits. Le vendeur B2B assure pour cela un commerce interentreprises qui varie en fonction de la taille des entreprises concernées. Il peut travailler sur le marché intérieur et sur le marché international.

Le concept de B2B est difficile à mesurer puisque certaines sociétés proposent à la fois leurs produits aux consommateurs finaux et aux entreprises commerciales. Dans la plupart des cas, le commerce B2B affecte peu d'acteurs et requiert la personnalisation, le partenariat et la collaboration.

Principe du vendeur B2B

En général, le vendeur B2B a pour mission de trouver de nouvelles entreprises clientes. Cette opération se matérialise souvent par la signature de contrats. Certaines activités commerciales traditionnelles comme la prospection, le montage de dossier et la négociation peuvent pour cela faire partie de sa mission quotidienne.

Selon une étude réalisée par un cabinet de recrutement en France, 65,3 % des vendeurs B2B possèdent un BAC+2 ou plus. Pour assurer la réussite dans ce milieu donc, il est nécessaire d'avoir au moins un BTS dans une filière commerciale. Il est possible par exemple de suivre une formation spéciale dans des écoles de commerce.

Un vendeur B2B se base sur quelques astuces qui s'avèrent efficaces pour cartonner sur son secteur d'activité. Il mise surtout sur la visibilité et la crédibilité. Pour se faire, il multiplie autant que possible ses points de contact avec les clients potentiels. Ensuite, il veille à ce que sa visibilité représente son expertise dans le domaine en devenant une source d'information. La plupart des vendeurs B2B partagent régulièrement des informations sur leur réseau professionnel pour augmenter leur notoriété sur le secteur.





Les points forts d'un commercial B2B

Le vendeur B2B peut bénéficier de plusieurs avantages par rapport aux simples agents commerciaux. En effet, le métier de vendeur B2B ne cesse d'évoluer avec l'apparition de plus en plus d'innovations dans les méthodes de prospections.

Le secteur est donc à la recherche constante de commerciale B2B pour assurer la satisfaction des demandes qui s'accroissent régulièrement. De plus, le B2B est actuellement l'avenir du marketing. Il faut se rappeler que le commerce B2B est la base du business puisqu'il rassemble la plupart des richesses avec l'investissement des grandes entreprises.

Conseils et recommandations

Un vendeur B2B est avant tout un agent commercial. Pour se démarquer dans son domaine d'activité donc, il doit rassembler plusieurs qualités indispensables à part ses diplômes. Parmi ses talents requis se trouvent par exemple la force de persuasion et la persévérance qui est nécessaire pour assurer les négociations au meilleur prix.

Outre l'acquisition de ces qualités, il est également conseillé pour un vendeur B2B de faire preuve d'intelligence dans son travail. En effet, si ce dernier est par exemple capable de faire rapidement une synthèse de données et montrer de la créativité, il peut rapidement réussir dans le domaine.

Il est aussi recommandé pour chaque vendeur B2B d'avoir un réseau professionnel bien entretenu avec un profil attractif. Ceci lui permettrait de se positionner facilement comme expert sur son secteur d'activité.



Ouvrir un camion à pizza



Comment ouvrir un Camion à pizza ?

Un camion pizza est un véhicule embarquant tous les équipements pour la cuisson et la vente de pizza. Il est en général assez spacieux pour contenir à la fois le vendeur et les produits à vendre. Ce concept vient de l'exploitation des wagons destinés pour le transport de bétail et de matériel de cuisine pour le ravitaillement des migrants en Amérique. Ce type de véhicule était autrefois connu sous le nom de « camion-restaurant ».

Principe du camion à pizza

Faire du business avec un « camion pizza » consiste à commercialiser des pizzas avec ou sans les compléments alimentaires qui vont avec. Dans la plupart des cas, les vendeurs qui utilisent ce moyen commercial choisissent plusieurs emplacements pour travailler. De cette manière, ils multiplient considérablement leurs chances de ventes grâce à des contacts avec des clients toujours différents.

Toutefois, pour lancer correctement un business avec un camion pizza, il est nécessaire de mettre au point quelques paramètres particuliers.

Avant de commencer à vendre donc, il faut chercher une autorisation provisoire à la préfecture ou sous-préfecture. Cette dernière sera utile en attendant la réception de la véritable carte professionnelle. Bien évidemment, l'inscription au registre du commerce serait également effectuée en même temps.

Commercialiser de la pizza fait partie d'une activité de bouche ou alimentaire. Il faut pour cela acquérir un agrément des services d'hygiène avant tout. Cet agrément est obtenu après constatation du respect des normes d'hygiène et de salubrité par les dits services.





Points forts du camion à pizza

Opter pour un camion pizza est une solution efficace et intéressante pour faire du commerce. En effet, ce moyen commercial présente un grand nombre d'avantages par rapport à son premier concurrent le commerce à local fixe.

Son principal atout réside dans la possibilité de se déplacer en fonction des clients et de minimiser l'investissement. En d'autres termes, il est plus facile de bénéficier de plusieurs points de vente à moindre coût avec un camion pizza qu'avec un local fixe. Le coût d'investissement peut aller jusqu'à 3 ou 4 fois moins cher.

Outre ces avantages, le camion pizza permet également de diversifier la clientèle. Ce qui entraîne automatiquement la diversification des revenus. Un atout majeur dans une activité tel que le commerce alimentaire. Sans oublier la facilité de prise de position et de démarquage par rapport à la concurrence.

Conseils et recommandations

Lancer un commerce avec un « camion pizza » est une solution qui peut rapporter gros, mais il faut tout de même veiller à respecter quelques critères particuliers. Afin d'éviter toutes mauvaises surprises en exerçant son activité, il est conseillé de vérifier la possession de toutes les autorisations nécessaires à ce commerce.

Parmi ces derniers se trouvent par exemple les autorisations de stationnement qui sont disponibles à la mairie. L'acquisition de ces autorisations doit se faire pour chaque ville ou village souhaitée. À noter que certains stationnements à des emplacements spécifiques sont payants afin de générer des recettes pour la commune. Il est également recommandé de se munir à tout prix d'une carte professionnelle de commerçant ambulant à la préfecture.



Créer une plateforme web destinée aux retraités



Quel est l'intérêt de créer un site internet pour les retraités ?

Créer une plateforme web permet actuellement de mettre en place un dispositif élaboré pour faciliter la communication et la collaboration sans pour autant être informaticien. Créer une plateforme web destinée aux retraités consiste donc à aider les personnes âgées à s'intégrer à la technologie. Ces plateformes simplifient en général l'utilisation d'internet pour ces personnes et facilitent l'accès à des services qui leur sont destinés.

Il faut se rappeler que les personnes âgées veulent également se connecter à internet. Les retraités apprécient aussi pouvoir gérer leur emploi du temps à partir d'un écran d'accueil simplifié ou surveiller leurs remboursements de sécurité sociale. Toutefois, ils ont des problèmes sur les étapes à suivre pour y arriver comme l'installation et le téléchargement d'un logiciel spécifique ainsi que l'ouverture d'un compte.

Principe de création d'un site internet pour les retraités

Créer une plateforme web doit passer par une acquisition des connaissances et compétences nécessaire dans le domaine. En possédant quelques bases sur cet environnement de travail, il devient plus facile de choisir les outils adéquats pour l'optimisation de la plateforme.

Une plateforme web destinée aux retraités se doit d'intégrer une interface qui facilite l'accès des utilisateurs et qui répond à tous leurs besoins. Dans le cas où le secteur d'activité se développe, la plateforme devrait être en mesure de suivre cette évolution. Certains entrepreneurs qui décident de se lancer dans un tel projet se font souvent accompagner par des développeurs qualifiés.

Points forts de la création d'une plateforme web destinée aux retraités

Faire du business en créant une plateforme web destinée aux retraités est actuellement un projet qui promet un avenir florissant.





En effet, les seniors sont actuellement des utilisateurs potentiels qui peuvent rapporter beaucoup d'argent. Un tel projet propose des solutions efficaces pour remédier à ce problème.

Conseils et recommandations

Outre l'acquisition des compétences nécessaires pour opérer dans le domaine du web, il y a également d'autres astuces intéressantes pour assurer le lancement d'une plateforme web. Dans le cas où l'entrepreneur ne dispose pas du fonds nécessaire pour la mise en œuvre du projet, il est par exemple conseillé de trouver un sponsoring puissant.

Il est aussi recommandé de choisir un bon plan de communication.

En effet, une stratégie de communication qui s'adapte parfaitement à un projet contribue considérablement à l'augmentation de sa visibilité. Pour assurer le bon fonctionnement de la plateforme, il est conseillé de planifier une évaluation continue. Cela permet d'optimiser le dispositif en fonction des besoins et attentes des utilisateurs. À part ces précautions, il y a aussi l'investissement en temps.

Une plateforme web requiert une mise à jour régulière tant au niveau du contenu qu'au niveau de l'animation. Les utilisateurs sont attirés par les nouveautés, il est pour cela important d'ajouter des informations et de changer régulièrement l'interface de la plateforme. Tout ceci demande évidemment beaucoup de temps, l'entrepreneur se doit pour cela d'y investir de l'énergie.



Ouvrir un bar à chats



Ouvrir un bar à chats

Pour rappel, un bar à chats est en général un bâtiment ou un espace ouvert qui héberge un grand nombre de chats recevant des clients qui viennent interagir avec eux. D'après l'histoire, le premier bar à chats a ouvert ses portes à Taiwan. Puis, le concept se répandait rapidement grâce à des touristes japonais.

L'idée d'ouvrir un bar à chats vient donc du Japon avec l'ouverture du Neko Café à Osaka. Quelques années après la tendance est apparue en Europe et notamment dans la plupart des grandes villes de France. Le secteur promet actuellement un avenir meilleur puisqu'il est encore sous-exploité. De plus, les files d'attente sont toujours longues devant ces endroits.

Principe d'un bar à chats

Le concept d'un bar à chats consiste généralement à laisser un félin à la disposition d'un client pour qu'il puisse le caresser tout en dégustant un café. Certains bars proposent également d'autres prestations comme la possibilité de nourrir les chats ou de jouer avec eux. Les clients reçoivent pour cela des nourritures spéciales s'ils veulent les alimenter, ou de nombreux jouets pour chats dans le cas où ils cherchent à jouer avec eux.

Les tarifs varient en fonction de la localité des bars et des types de chats qui s'y trouvent. Mais il dépend souvent du temps passé avec les chats.

L'idée est de satisfaire les gens qui recherchent de l'affection venant de ces animaux, mais qui n'ont pas le moyen d'en posséder un ou qui ne peuvent pas en adopter.

Afin de respecter les règles strictes des lois pour la protection animale, les propriétaires de bar à chats imposent plusieurs conditions dans leur local. Il est par exemple interdit de déranger les chats pendant leur sieste et les clients ne peuvent pas les porter. Chaque client doit également se laver les mains à l'entrée du bar et y laisser ses affaires.





Points forts de l'ouverture d'un bar à chats

Certaines personnes trouvent que les chats sont des animaux de compagnie qui peuvent les déstresser facilement. Prendre soin de ce type de félin s'avère une tâche difficile dans le cas où on en possède un. De ce fait, de nombreuses personnes choisissent de se rendre dans les bars à chats pour profiter d'un moment de plaisir avec ces animaux. Le secteur promet donc une abondance de clients qui ne risque pas de changer de si tôt.

Conseils et recommandations

Pour diversifier au maximum les offres dans le bar à chats, il est conseillé d'adopter le plus de race de chats possible. Pouvoir présenter des chats de toutes les couleurs et de toutes les races est un atout majeur pour ce type d'endroit. Il est également possible d'ouvrir un bar à chat à thèmes avec seulement des chats noirs ou des chats de races rares.

La plupart des associations de défense des droits des animaux sont sévères en ce qui concerne les conditions des vies des chats dans ces endroits.

Afin d'éviter toutes mauvaises surprises, il est recommandé de prendre toutes les précautions nécessaires pour assurer le bien-être des chats.



Créer un snifdate, speed dating par les odeurs



Créer un snifdate, speed dating par les odeurs

Il n'est pas trop tard de dire que cette idée originale de business fait son entrée en France. Née à New-York, puis exportée à Londres, reprise par les organisateurs de soirées, voici que le snifdate commence à séduire les jeunes et moins jeunes célibataires.

Principe du snifdate

Pour résumer, le snifdate est un speed dating par les odeurs.

Comment faire diriez-vous ? Vous organisez une rencontre spéciale à l'intention de ceux qui souhaitent rencontrer leur âme sœur. Au cours de ce rendez-vous, les invités useront de leur sens olfactif pour choisir leur futur partenaire.

Voici comment vous allez procéder :

Vous n'invitez pas n'importe qui. Définissez une tranche d'âge.

Idéalement, les hommes et les femmes entre 25 et 35 ans sont les plus intéressés. Ils doivent s'inscrire d'avance car il y a une préparation à faire.

Vous les appellerez alors les candidats. Chacun d'entre eux doivent imprégner un tee-shirt de ses phéromones. Pour cela, il doit porter ce tee-shirt durant trois jours successifs. Il doit par la suite le mettre dans un sac hermétique.

Le vêtement conservera alors l'odeur particulière du candidat.

Vous rassemblerez les sacs. À chaque sac correspond une photo.

Le sexe y est souvent précisé par la couleur de l'étiquette. Le rose correspondra aux femmes tandis que le bleu aux hommes par exemple.

Au cours de la soirée, chaque participant sentira les sacs un à un et en choisira un. L'heure de la surprise vient quand il va récupérer la photo du ou de la propriétaire. Vice-versa, une participante sentira les sacs, optera pour celui qu'elle jugera... agréable, sans nul doute, puis elle va demander la photo de son élu(e).





Ce genre de speed-dating porte le nom ludique de phéromones party. Il peut être une soirée ou une autre forme de rassemblement, mais il faut savoir faire régner le fun. L'endroit idéal sera un vaste local suffisamment aéré. Son emplacement sera idéalement en centre-ville.

Points forts du snifdate

Vous avez le fun. Pour vous, il est facile de rassembler les gens. C'est déjà un atout parce que le marketing sera l'une des clés de votre réussite, le tarif de participation étant l'autre. La crédibilité de votre entreprise va se baser sur une bonne communication. Dans ce cas, il vous sera très simple de concrétiser votre projet. En plus, vous investirez peu. Les contacts, vous en aurez plein parce que vous suscitez la curiosité du grand nombre !

Conseils et recommandations

Avant de fixer un tarif raisonnable, étudiez bien le marché. Prenez le temps de surfer sur le net et de vous renseigner à travers les réseaux sociaux ou entre amis. Sinon, vous risquez de n'attirer que peu de gens. Or, un nombre conséquent d'invités est indispensable.

Pour que votre business soit rentable, il faut oser le prix cher. Donc, cherchez des méthodes originales pour distinguer votre séance de snifdating.

Vous aurez affaire à une journée ou à une soirée fun, pleine de surprises. Sachez donc animer ! Sachez être sérieux au bon moment, mais sachez aussi lâcher prise. La balle est donc dans votre camp.



Créer un site de rencontre pour voyageurs



Créer un site de rencontre pour voyageurs

Voyage rime avec rencontres. Il est donc plus que raisonnable de créer un site dédié aux rencontres pour voyageurs.

Principe d'un site de rencontre pour voyageurs

Ceux qui expérimentent ce business le font avec passion. Tout commence en général par le rêve de partir ailleurs. Du coup, l'on sent qu'on est seul. Alors que faire ? Un brin d'empathie suscite la volonté de créer un site. Cela rapportera sans doute quelques revenus. Et c'est ainsi qu'on crée sa startup.

En créant votre site, pensez à y intégrer une application mobile. Cette appli sera disponible en deux versions : l'App Store et Beta, par exemple. Comme il s'agit d'un site de rencontre, le tchat sera indispensable. Ce sera à travers ce service que les gens s'échangeront des bons plans, de bonnes adresses et des conseils pratiques de voyage en plus de partager leur passion commune.

- Le site de rencontre pour voyageurs est multi-intérêt

Donc, pour attirer les internautes, vous pouvez miser sur leur intérêt pour la gastronomie, l'art contemporain, la mode, l'histoire d'une destination, etc. Autant de sujets sont abordables pour susciter leur envie de voyager et provoquer leur rencontre. Il faut juste savoir les cerner. Votre site sera donc riche en informations.

- Ne lésinez pas sur le marketing

Lancez votre site à travers les réseaux sociaux. Publiez vos annonces dans les journaux étrangers ! Vous verrez que vous trouverez un nombre considérable de visiteurs en un minimum de temps.

Anticipez quand est-ce qu'un voyageur aura envie de rencontre. Lors d'une longue attente dans un aéroport, par exemple. Profitez de toutes les circonstances pour optimiser votre site en satisfaisant votre clientèle. Donc, référencez les aéroports à l'aide d'un algorithme.





Publiez un guide sur votre site. L'accès gratuit à votre plateforme est un moyen d'attirer le visiteur. Par la suite, vous lui proposerez un abonnement mensuel. Les échanges se feront gratuitement car vous allez y créer une communauté. N'oubliez pas de prévoir des bons de réduction.

Pour enrichir votre site, vous pouvez aussi utiliser un interfaçage qui donnera droit aux acteurs du voyage tels que les hôtels, les taxis et compagnies aériennes de proposer leurs services. Cela figure parmi les moyens qui favorisent les rencontres entre les voyageurs. Pour récolter les fonds nécessaires à la réalisation de votre projet, le financement participatif est l'un des meilleurs moyens.

Points forts d'un site de rencontre pour voyageurs

Pour les créatifs, c'est une opportunité d'innover. La création d'un site de rencontre pour voyageur est facile à réaliser. L'amour du voyage suffit à vous donner des ailes. En plus, le business ne nécessite pas trop d'argent pour pouvoir démarrer.

Vous vous ferez beaucoup d'amis et de relations, c'est sûr. Ce business est le meilleur moyen de sortir de son cocon, de laisser la solitude loin derrière soi. Le business est assez rentable. Vous n'aurez même pas le temps de s'ennuyer et vous verrez votre activité rapporter de l'argent.

Conseils et recommandations

L'innovation est la clé de la réussite et l'un des moyens efficaces pour faire face à la rude concurrence.

Vous aurez certainement des tonnes d'idées originales, mais comment les concrétiser ? Vous aurez alors besoin d'un véritable professionnel voire d'un développeur pour vous aider.



Créer une agence immobilière pour colocataires



Créer une agence immobilière pour colocataires

En raison de l'augmentation sans cesse des coûts de location des biens immobiliers, de nombreuses personnes se ruent vers la colocation.

Pour gagner du temps et ne pas se tromper sur les démarches nécessaires dans le cadre d'une colocation, mieux vaut se fier à une agence immobilière pour colocataire. Créer une telle agence reste pour cela un projet qui promet de l'avenir. De plus, le secteur offre régulièrement des clients potentiels en abondance qui ne risquent pas de disparaître de si tôt.

Principe de création d'une agence immobilière pour colocataires

Créer une agence immobilière pour colocataires est un projet de grande envergure qui ressemble fortement à un parcours du combattant. La plupart des personnes qui prennent recours aux services d'une telle agence, cherchent une base de données d'acheteurs-vendeurs fiable, un encadrement juridique ou encore une expertise. Pour pouvoir offrir ces prestations et créer une agence, il faut suivre quelques étapes importantes, à savoir :

- *La validation des modalités de création*

Dans cette étape, le créateur doit trouver un nom commercial qui permettra d'identifier son agence immobilière. Il devrait ensuite choisir le cadre juridique de l'entreprise. Il faut se rappeler qu'une agence immobilière pour colocataires peut être indépendante ou sous une franchise. À partir de là, il reste alors à constituer l'entreprise et l'immatriculer. Dans le cas où la société compte percevoir des fonds venants des clients, elle devrait ouvrir un compte séquestre.

- *La demande de carte professionnelle*

Toute personne qui souhaite créer et lancer une agence immobilière doit disposer d'une carte professionnelle. La seule structure qui peut délivrer ce document est la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI). Il est important de savoir que les cartes professionnelles sont valables pour 3 ans. Elles peuvent également porter au maximum 6 mentions.





- La vérification des compétences des agents

Tous les agents qui sont censés travailler dans l'agence doivent avoir les aptitudes requises pour exercer le métier. Le métier d'agent immobilier est actuellement règlementé par la loi « Hoguet ». Outre les différents diplômes qu'il faut avant tout détenir pour pouvoir exercer le métier, il y a encore plusieurs conditions à remplir.

Points forts de la création d'une agence immobilière pour colocataire

Lancer un business en créant une agence immobilière pour colocataires est une affaire qui peut rapporter gros. Encore faut-il savoir s'y prendre. La plupart des particuliers qui cherchent à vendre, à louer ou acheter un bien immobilier n'hésitent pas à contacter les agences immobilières. En créant une agence donc, il devient facile de recueillir des données précieuses dans le domaine. Cela permet également de monter facilement un important réseau de propriétaires-vendeurs. Une agence a aussi le choix sur l'engagement d'une visite du bien.

Conseils et recommandations

La colocation possède une définition légale selon la loi « Alur » du 24 mars 2014. Avant de créer une agence immobilière pour colocataires, il est conseillé de bien maîtriser cette définition. Outre ce critère, il est également recommandé de mettre en œuvre une étude de projet bien établie avant le lancement du business. Ceci contribuera à la facilitation du suivi des différentes démarches administratives et du choix sur les stratégies marketing.



Créer un spa / centre de beauté



Créer un spa/centre de beauté

Ouvrir ou créer un spa/centre de beauté est actuellement une affaire qui peut facilement prospérer. En général, un spa/centre de beauté est un lieu consacré pour la régénération et le repos ainsi que la méditation. Tous les services et prestations proposés dans ce genre d'endroit privilégient le bien-être des clients. Dans la plupart des cas les soins effectués dans ces lieux visent à donner le maximum de confort aux clients.

Principe de la création d'un spa/centre de beauté

Créer un spa/centre de beauté revient à monter une entreprise présentant toute une hiérarchie de personnels. En effet, ce type d'endroit regroupe en général différentes personnes avec différentes compétences. Il y a par exemple, le personnel administratif, les spécialistes de massage bien-être, les esthéticiennes, les coiffeurs et les prothésistes d'ongles. La création de ce type de business nécessite pour cela le suivi de quelques étapes importantes comme :

- La mise en place d'un business plan

Cette étape permet d'avoir une vision plus claire sur l'évaluation des coûts de démarrage et du mode de financement du projet. Il est déjà possible de déterminer le nom de l'entreprise, le mode de gestion des personnels et les dépenses en logistique à ce stade.

- Le suivi des démarches administratives

Pour assurer le bon fonctionnement du business, il est important de vérifier les différentes réglementations en relation avec l'activité. Actuellement, il existe déjà plusieurs exemplaires de formulaire sur internet. Il reste à les passer en revue et les compléter pour pouvoir immatriculer l'entreprise.





- Le choix du local

Le choix du local est une étape très importante dans la création d'un spa/centre de beauté. Le fait d'avoir un emplacement très fréquenté et bien vu par le public contribue énormément à la réussite de l'affaire. Toutefois, certains entrepreneurs choisissent de travailler à domicile. Cela peut être intéressant dans le cas où l'endroit est adapté au type d'activité souhaité.

- L'élaboration d'une stratégie de communication

La clé du succès dans ce genre de business réside en grande partie dans la capacité à faire connaître son activité. Bien sûr, il faut également avoir les compétences nécessaires pour assurer les services proposés, mais la communication reste un critère très important.

Points forts de la création d'un spa/centre de beauté

Créer un spa/centre de beauté présente de nombreux avantages indéniables. Ce type de business donne par exemple la possibilité d'être son propre patron. Il y a également la satisfaction de proposer un service qui fait le bien-être des autres. Un des points forts de la création de ce genre d'endroit est aussi la possibilité de travailler dans un environnement relaxant. Sans oublier le fait que l'affaire est une source de revenus satisfaisante.

Conseils et recommandations

Afin d'assurer le bon fonctionnement de son affaire en créant un spa/centre de beauté, il est conseillé de bien préparer la mise en œuvre du projet. Une fois le business lancé, il est également recommandé de suivre l'évolution de la demande et d'adapter les offres en fonction des attentes des clients.



Le trading



Qu'est-ce-que l'activité trading ?

Le trading désigne l'ensemble des actions effectuées par des opérateurs de marché ou opérateurs financiers. Ces opérateurs qui sont généralement appelés « trader » négocient des produits financiers et interviennent souvent sur les marchés organisés. Si la plupart des traders sont rassemblés au front Office, d'autres sont habilités à opérer en dehors de la salle de marchés et des horaires de bureau. Certains opérateurs financiers choisissent également d'intervenir sur les marchés à distance au moyen d'une connexion à internet.

Principe du trading

Lancer un business dans le trading peut rapporter beaucoup de bénéfices, mais il faut avant tout connaître son principe. Le trading consiste à acheter et à vendre des produits financiers en faisant des bénéfices. Ces produits varient en fonction de l'activité du marché. Ils peuvent être des actions en bourses, des devises, des commodités ou des indices financiers. À part le fait de maîtriser le principe du business, il est également important de suivre quelques étapes essentielles pour assurer le fonctionnement de l'affaire.

Choisir un courtier compétent

Le choix d'un courtier est particulièrement important dans ce type de business. Avec un courtier qui s'adapte parfaitement au projet, il devient plus facile d'accéder à des formations, des plateformes de trading, des outils d'analyses techniques... Certains entrepreneurs veillent à vérifier le sérieux et la notoriété des courtiers potentiels pour s'assurer de trouver le bon.

Mettre en place un plan de trading

Cette étape permet d'anticiper toutes les situations qui peuvent se présenter. En général, l'objectif principal de ce business est de ne pas perdre. Établir un plan de trading permet également d'avoir une vision plus claire sur les objectifs réalisables. Faire de cette étape l'objet d'une étude minutieuse évitera la prise de mauvaise décision dans le feu de l'action.





Respecter la règle de la monnaie management

Certains débutants en la matière acceptent de perdre 15 à 20 % de leur capital sur une transaction. Ce qui est une erreur fondamentale puisque c'est contraire à la règle de la monnaie management. Selon cette règle, il ne faut jamais risquer la perte de plus 1 à 2 % de son compte sur une transaction. Le principe du trading consiste à engager une somme d'argent en fonction du marché et du compte, non pas en fonction des envies.

Points forts du trading

Le trading présente de nombreux avantages. Pour le cas du trading forex par exemple, il est accessible 24 heures sur 24. Les opérateurs de marché peuvent pour cela pratiquer leur activité selon leur disponibilité. Une situation qui arrange ceux qui ont des emplois du temps chargés. Ce type de business peut également se faire à mi-temps contrairement à d'autres emplois qui occupent tous les jours ouvrables.

Conseils et recommandations

Pour réussir dans le domaine du trading, il est conseillé de commencer à petits pas. Les débutants cherchent souvent à s'attaquer à plusieurs transactions et n'arrivent pas à les contrôler après. Lorsque l'affaire marche, il est également recommandé de maintenir les transactions rentables. Certains traders ont tendance à négliger la sécurité de leur investissement, une fois que le marché s'avère fructueux.



La création d'un logiciel de service ou SAAS



Création d'un logiciel de service ou SAAS

Un logiciel de service ou SAAS (software as a service) désigne en général l'ensemble des programmes ou applications qui se réfèrent à un service de Cloud. Ce type de logiciel est installé sur des serveurs en ligne, non pas sur la machine de l'utilisateur. Il est pour cela accessible par les utilisateurs via Internet grâce à un abonnement. Les clients peuvent donc profiter pleinement de toutes les fonctionnalités du logiciel sans être obligés de payer une licence. Le concept du SAAS est assez récent et présente de nombreux avantages pour les entreprises.

Principe du logiciel de service ou SAAS

La création d'un logiciel de service ou SAAS requiert l'acquisition de plusieurs compétences. En effet, il faut non seulement avoir des connaissances sur le domaine informatique, mais aussi maîtriser le fonctionnement de ce type de business. Lancer une affaire en créant un tel logiciel consiste en effet à :

Assurer la sécurité des données

La clé de la réussite dans ce type de business réside dans la capacité à sécuriser les données des clients. Il faut se rappeler que les données des utilisateurs seront stockées quotidiennement dans les serveurs de la société. Certaines entreprises spécialisées dans le domaine utilisent un cryptage SSL pour optimiser la sécurité des transferts de données.

Offrir des services attrayants

Afin d'attirer le plus de clients possible et fidéliser ceux qui sont déjà acquis, il est conseillé de fournir avant tout un service client gratuit. De cette manière, les utilisateurs peuvent facilement se mettre en relation avec l'entreprise en cas de problème. Il reste ensuite à créer un logiciel qui propose des fonctionnalités recherchées.





Points forts pour la création d'un logiciel de service ou SAAS

Créer un logiciel de service ou SAAS est actuellement un projet qui peut rapporter beaucoup de bénéfices. Ceci est dû au fait que de plus en plus d'entreprises recherchent des prestations en mode SAAS. Bien que le secteur présente déjà une forte concurrence, les clients ne cessent d'augmenter. Ce type de business affiche pour cela un avenir très fructueux.

Un tel projet offre également plusieurs avantages aux entreprises. Avec un tel système, elles peuvent assimiler l'utilisation d'un programme à un coût de fonctionnement au lieu d'un investissement. Les utilisateurs peuvent aussi avoir accès au logiciel et à leurs données partout et n'importe quand. Il leur suffit d'avoir une connexion internet et un support compatible avec le logiciel.

Conseils et recommandations

Avant de se lancer dans un projet de création d'un logiciel de service ou SAAS, il est conseillé d'avoir un minimum de compétence sur le développement de logiciel. Bien sûr, il est toujours possible de se faire accompagner par un spécialiste en la matière ou de travailler avec un développeur compétent. Mais l'idéal serait de maîtriser soi-même le domaine. Pour se faire, il est recommandé de suivre au minimum une formation en génie informatique. Dans ce type de business, il est aussi conseillé de se tenir informer en permanence de l'évolution de la technologie.



La vente en ligne



Un site marchand ou vente en ligne

Une étude menée par la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD) a permis de conclure que l'année 2016 détient un résultat record en termes de ventes en ligne en France. Si l'idée de business vous intéresse, vous aussi, suivez le guide.

Principe de la vente en ligne

Vous décidez de vous lancer à la vente en ligne. Définissez donc les produits à commercialiser et réfléchissez à la méthode de vente à adopter.

Quels produits commercialiser ?

Le produit idéal doit :

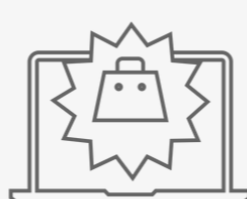
- Être facile à expédier ;
- Résister aux chocs et sollicitations divers ;
- Être un produit dont on a régulièrement besoin ;
- Être passionnant ou répondant à un important besoin.

Il ne doit pas être :

- À la portée du consommateur ;
- Présent sur le site des gros concurrents ;
- Saisonnier ;
- Sujet à l'effet de mode.

Comment vendre ?

Rares sont les acheteurs en ligne qui vont sur votre site et, de prime abord, commandent un produit. Ils pourront décider de passer à l'acte après un certain nombre de visites. Ce sera peut-être dans quelques jours ou quelques mois. Usez donc de patience et trouvez un moyen pour récupérer leur adresse.





Les cybermarchands utilisent en général deux méthodes : le drop shipping et la pré-réservation.

Le drop shipping nécessite la collaboration avec un fournisseur.

Il consiste à proposer les produits de votre fournisseur dans un catalogue dont la consultation sera gratuite. Lorsqu'un consommateur y trouve le produit qui l'intéresse et passe à l'acte d'achat, vous aviserez votre fournisseur et celui-ci lui expédiera directement la marchandise. Vous recevrez en retour une commission variant entre 5 à 7% du prix du produit. Si vous jugez votre commission trop faible, vous pouvez choisir la pré-réservation comme méthode de vente.

Voici comment elle fonctionne :

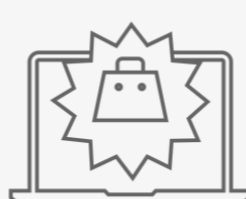
Vous créez un blog sur une partie de votre site. Ce blog vous aidera à augmenter votre trafic. Grâce à ce blog, vous pourrez tisser relation avec vos visiteurs qui sont vos prospects, tout en lançant votre produit. Vous finirez par créer une communauté. Et ainsi vous allez alors reconnaître facilement quel produit intéresse telle personne. Vous faites par la suite un mailing-liste correspondant aux membres de votre communauté. Votre travail consistera alors à envoyer un e-mail à chacun, disant que vous allez sortir son produit préféré, et que s'il voudra en profiter, qu'il fasse une pré-réservation. Enfin, vous commanderez le nombre exact des produits pré-réservés. Vous les stockerez pendant un minimum de temps jusqu'à totale liquidation.

Points forts vente en ligne

La principale différence de la vente en ligne avec la vente traditionnelle est le stock réduit. Si vous pratiquez le drop shipping, vous ne gérerez aucun stock.

La rentabilité de votre business est assurée vu que vous n'achetez rien. Vous vous contentez de vendre.

La liberté géographique est aussi un avantage considérable. Vous pouvez vendre en ligne où que vous soyez.



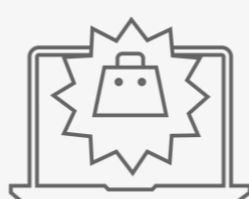


Conseils et recommandations

Des compétences en informatique sont indispensables afin de tout maîtriser.

Si vous pratiquez la pré-réservation, lors de votre mailing, procédez habilement, sinon vous risquez de l'ennuyer.

En drop shipping, dénicher un fournisseur est un travail de longue haleine. C'est une tâche délicate. Si vous faites le mauvais choix, vous risquez de décevoir vos clients. Sachez en effet que les éventuelles réclamations vous seront adressées.



Devenir Community Manager



Comment devenir Community Manager ?

Le management de communauté fait partie des nouveaux métiers. Il est de plus en plus reconnu. Cependant, c'est une délicate activité. Cela ne s'improvise pas, mais si l'aventure vous tente, vous pouvez en faire un business lucratif.

Principe du métier de Community Manager

Vous avez le sens de l'écoute et de la répartie. De plus, vous savez vous mettre à la place des gens. Vous savez jongler avec l'humour et l'animation des réseaux sociaux. Côté relationnel, vous êtes irrésistible. Dans votre for intérieur, vous êtes curieux, créatif, rigoureux et autonome. Vous rédigez bien et vous êtes un habitué d'Internet, des médias et des réseaux sociaux. Vous feriez sans doute du métier de Community Manager un business passionnant.

Aussi appelé animateur de communauté, le Community Manager tisse une relation entre l'entreprise pour laquelle il travaille et les internautes. Il est le garant de la cohésion de cette communauté en jouant sur l'affect. Il rassemble la communauté autour d'un intérêt commun en animant les échanges entre les internautes. Sa responsabilité repose sur la préservation de l'image de l'entreprise qu'il représente. L'activité peut s'étendre dans le domaine du marketing.

Son champ est Internet, ses principaux outils sont les réseaux sociaux. Il doit maîtriser tout ce qui se réfère au Web 2.0. De nos jours, les universités prévoient des cursus de formation à la communication sur les réseaux et médias sociaux. Les étudiants sortants deviennent entre autres gestionnaires de communauté. Ceux-ci peuvent être salariés d'entreprise, mais ils peuvent aussi travailler en freelance. Donc, si vous avez choisi d'en faire un business, vous pouvez monter votre propre entreprise et travailler en freelance.





Points forts profession de Community Manager

Le business est facile. Si vous avez le profil adéquat, une bonne dose de motivation suffira pour réussir.

Comme vous maniez Internet, vous pouvez entreprendre votre business n'importe où du moment où vous pouvez vous connecter.

La rentabilité de l'animateur de communauté est certaine parce que vous exercez votre activité sans le moindre frais.

Conseils et recommandations

Si vous êtes Community Manager, les risques que vous courez sont liés à votre responsabilité. Sachez en effet que vous êtes au centre d'une campagne de communication. La prudence est donc de mise. Il faut être vigilant dans la veille informative.

En plus de la maîtrise des techniques rattachées au travail en ligne, votre créativité doit vous aider à vous démarquer.

Si vous défendez l'image d'une marque, attendez-vous à des remarques désobligeantes, les services offerts ne pouvant pas satisfaire tout le monde à la fois. C'est le point commun du travail d'un Community Manager et d'un Call center. Vous devez alors savoir vous maîtriser.

Si vous n'avez pas l'étoffe d'un animateur de communauté, votre travail est susceptible de coincer quand vous n'obtenez pas de réactions, alors que vous avez donné le meilleur de vous-même pour soigner votre réplique.

Voici un conseil très important : ne prenez pas les gens pour des imbéciles en inventant des tournures composées de phrases creuses. Ces maladresses sont fréquentes et elles font fuir les internautes. Si vous ne savez que répondre, demandez de l'aide auprès de vos relations.



La livraison de repas aux bureaux ou à domicile



La livraison de repas aux bureaux ou à domicile

Actuellement, le marché de la livraison de repas à domicile ou aux bureaux affiche un succès fulgurant. Ceci est dû au fait que l'homme commence à manquer du temps avec l'accélération du rythme de travail quotidien.

Une étude effectuée sur le sujet a même montré que le chiffre d'affaires des entreprises opérant sur le secteur va monter de 6 % par an. Ce type de business offre pour cela une réelle opportunité de prospérer, mais il faudrait encore trouver le moyen de se démarquer de la concurrence.

Principe de la livraison de repas

Créer une société de livraison de plateau-repas à domicile ou aux bureaux semble simple, mais nécessite l'élaboration d'une organisation complexe. Les entreprises qui opèrent sur ce secteur ont le choix entre deux types de modèles de business. Pour le premier type de modèle, la société reste uniquement sur le marketplace de restaurants. C'est-à-dire qu'elle limite son service sur la mise en relation du client et du restaurant.

Dans ce type de modèle, la livraison des repas est assurée par le restaurant lui-même. Pour l'autre modèle, l'entrepris assure elle-même la livraison des plateaux de repas en mettant en place une équipe de livreurs. Peu importe le modèle choisi, la réussite d'un tel projet se base toujours sur la maîtrise des acteurs opérants sur le domaine. De cette manière, il devient plus facile de les exploiter et d'en tirer le maximum de bénéfices.

Points forts de la livraison de repas aux bureaux ou à domicile

La livraison de repas aux bureaux ou à domicile est actuellement très appréciée et sollicitée. Elle présente en effet plusieurs avantages pour le client et pour l'entreprise qui la propose. Ceci est dû en grande partie à la simplicité du service. En effet, il suffit de commander depuis son téléphone ou depuis son ordinateur pour avoir un repas copieux après seulement 30 à 45 minutes.





Une bonne alternative pour se passer du stress engendré par les embouteillages et le choix de restaurant. Un autre point fort de ce type d'entreprise est la possibilité d'offrir n'importe quelle nourriture. Une seule entreprise peut en effet travailler avec plusieurs restaurants. De ce fait, elle peut livrer différents plats à un client.

Sans oublier le plaisir de manger à l'aise au bureau ou à la maison pour celui qui commande. Avec un tel service, les clients ne sont plus obligés de se rendre dans un lieu public ou un local précis pour savourer leur repas.

Conseils et recommandations

Le concept de livraison de repas au bureau ou à domicile est une idée qui procure beaucoup de satisfaction. Outre la domination des acteurs qui entrent en jeu dans le business, il faut également suivre quelques astuces pour réussir. Afin de se démarquer de la concurrence dans le domaine, il est conseillé de miser sur la qualité au lieu du prix.

Toutefois, il est recommandé de proposer des offres économiques même si la qualité exige une hausse de prix. La demande de la clientèle a aussi tendance à devenir de plus en plus exigeante et précise. L'entreprise doit pour cela veiller à pouvoir suivre l'évolution de ses clients.



L'impression en 3D



L'impression en 3D

L'impression en 3D ou tridimensionnelle désigne l'ensemble des procédés utilisés pour la fabrication additive. En général, ce type de procédé se base sur un fichier informatique représentant l'objet à fabriquer en trois dimensions. Le fichier est ensuite découpé en tranches par un logiciel spécifique et envoyé à une imprimante 3D. L'impression 3D a été sollicitée pour le prototypage rapide auparavant. Mais avec l'avancée de la technologie, il est actuellement utilisé pour la fabrication de pièces fonctionnelles.

Principe de l'impression 3D

Presque tous les procédés d'impression 3D utilisent la fabrication couche par couche. Cela permet d'imprimer n'importe quelle forme, même les plus complexes. Avant de se lancer dans un business d'impression 3D, il est préférable de savoir les étapes indispensables du concept.

La préparation d'un fichier 3D

Avant l'impression de l'objet à créer, il faut passer par la préparation d'un fichier 3D qui le représente. Dans la plupart des cas, ce fichier est créé à partir d'un logiciel de CAD ou de CAO. Il est également possible de le scanner en 3D ou de télécharger un fichier préétabli sur un site spécialisé.

C'est seulement après la réalisation de cette étape que le processus d'impression peut commencer.

Le processus d'impression

Le processus d'impression varie en fonction des propriétés de l'objet à imprimer. Pour cela, il faut déterminer toutes les caractéristiques de l'objet à fabriquer après l'élaboration du fichier en 3D. Il faut se rappeler que la gamme des matériaux utilisés dans le domaine de cette technologie est immense.

Une imprimante 3D peut en effet créer des objets en différentes matières comme la résine, la céramique, le métal, le plastique... Il est même capable de fabriquer de la poussière lunaire ou des nourritures.





Sans oublier les produits qui utilisent du verre ou des matériaux biologiques comme matière première. Toutefois, certains matériaux ne sont actuellement utilisés que pour des expériences en laboratoire de recherche.

La finition

Cette étape consiste à travailler l'aspect final de l'objet imprimé.

Les opérations de finitions effectuées pour les produits fabriqués à partir de ce procédé sont souvent complexes. Elles nécessitent pour cela des matériaux très précis et plusieurs compétences spécifiques. Il faut se rappeler qu'après l'impression, l'objet fabriqué présente toujours quelques défauts.

Des imperfections qui doivent être enlevées par un ponçage ou un sablage.

Certains produits requièrent même le vernissage avant leur livraison et utilisation.

Points forts de l'impression en 3D

Lancer un business dans l'impression 3D est une idée qui peut rapporter beaucoup de profit. Avec l'avancée de la technologie, ce procédé de fabrication est de plus en plus sollicité. D'ailleurs, l'impression 3D est déjà utilisée dans plusieurs domaines comme la médecine, l'immobilier, la cuisine...

En effet cette technique de fabrication facilite pour cela la vie de plusieurs personnes. Elle leur permet à la fois de gagner du temps et de faire des économies.

Conseils et recommandations

Certains particuliers peuvent actuellement se procurer une imprimante 3D à eux. Pour se démarquer de la concurrence et attirer le plus de clients possible, il est donc conseillé de miser sur la qualité de service. Il est également recommandé de suivre l'évolution de la demande des clients.

Cela permet donc d'optimiser les offres de l'entreprise et d'assurer les gains.



Le service d'ameublement de bureaux



L'ameublement de bureaux

Voilà un business utile ! Il est utile dans la mesure où les professionnels occupants n'ont pas le temps de se charger de l'ameublement des locaux. Qui plus est, cela ne s'improvise pas. Focus.

Principe de l'ameublement de bureaux

Si le service d'ameublement des bureaux vous intéresse, sachez qu'il faut être professionnel dans l'exécution de la prestation. Votre clientèle sera composée d'entreprises, de sociétés et d'organismes. Elle peut aussi être des associations et des bureaux indépendants.

Vous devrez posséder en stock différents types de meubles. Dès le démarrage de votre activité, examinez le marché, les tendances notamment la demande des consommateurs. Vous aurez affaire à des clients exigeants.

Prévoyez l'expédition et l'installation du mobilier dans votre devis. En ce qui concerne le tarif, vous vous mettrez d'accord avec la direction de l'entreprise où vous allez intervenir.

Votre aptitude à entreprendre l'ameublement des locaux pour professionnels va fortement dépendre de votre connaissance des règles d'aménagement des bureaux. D'après l'article L-4221-1 du Code du Travail, l'aménagement du lieu de travail doit assurer la sécurité des travailleurs. Les dispositions réglementaires qui complètent ce texte précisent les conditions d'éclairage, la largeur des allées, etc.

Il y a l'éclairage du jour, naturel, et l'éclairage artificiel. Le premier s'introduit dans une pièce grâce aux ouvertures. Il ne doit pas être occulté par vos meubles de rangement. Le second s'installe. Donc, lorsque vous veillerez à l'homogénéité de l'éclairage lorsque vous disposez vos meubles.





Une attention particulière dans le choix de l'ameublement

Vous contribuerez grandement à la sécurité du personnel. La largeur des allées doit mesurer 150 cm au minimum. Aucun câble ni fil ne doit se mettre au travers du passage des salariés. La matière de votre mobilier et de ses revêtements doit être saine.

En connaissance de cause, vous devrez apporter une attention particulière au choix de vos meubles. Leurs dimensions sont des critères primordiaux. Vous devrez savoir, par exemple, que la profondeur minimale d'un plan de travail d'un salarié est de 80 cm. Sa largeur doit être de 120 cm au minimum. À vous de voir en fonction de la dimension de la pièce si ce plan de travail doit être plus petit. Dans ce cas, vous pourrez proposer un plan de travail annexe pour poser l'écran d'ordinateur. En ce qui concerne les fauteuils et chaises, leur dossier doit être réglable. Il y a autant de détails que vous devrez connaître.

Pour vous distinguer, pensez à tout harmoniser avec art, avec goût. Tenez compte des préférences du client, sans pour autant enfreindre la réglementation.

Points forts ameublement de bureaux

Si vous savez vous y prendre, le service d'ameublement pourra accroître votre renommée en peu de temps. La qualité de votre mobilier ainsi que son prix sont les bases de votre fidélisation client. Si vous pouvez réunir ces conditions, votre business sera certainement rentable.

Conseils et recommandations

Vous devrez prévoir un stock en grande quantité. Cela requiert un hall de stockage et un rangement judicieux. L'investissement sera donc conséquent. Il ne faut en aucune manière négliger les exigences de votre client. C'est le gage de votre notoriété, et qui dit notoriété dit réussite.



La location d'équipement écologique



La location d'équipements écologiques (panneaux solaires, éoliennes...)

Actuellement, le développement durable prend une grande place dans la vie quotidienne. C'est ce qui explique pourquoi l'équipement écologique est indispensable. Les commerçants le savent et ajustent le prix du matériel en fonction de son importance. La location est donc parmi les alternatives choisies par les ménages pour y avoir accès. Si vous avez la vocation de contribuer à la préservation de l'environnement, faire de la location d'équipements écologiques un business pourra vous intéresser.

Principe de la location d'équipements écologiques

Pour faire marcher votre business, vous vous baserez sur la demande de la clientèle désireuse de réduire sa facture d'énergie. Celle-ci voudra améliorer ses conditions de vie. C'est son principal objectif, vous devez le savoir.

Sachez aussi que si elle envisage de louer un équipement écologique chez vous, c'est qu'elle n'a pas les moyens de s'en procurer. Ajustez donc vos tarifs de location en tenant compte du prix du matériel neuf ou d'occasion sur le marché.

L'équipement que vous allez mettre en location contiendra un peu de tout : des filtres à eau performants, des panneaux solaires, des éoliennes, etc.

Vous évoluerez au sein d'un marché innovant. Vous devez alors vous mettre au courant de l'évolution de la technologie associée à ces dispositifs. Attendez-vous à être sollicité pour l'installation. C'est une raison de plus pour tout maîtriser à propos.

Le meilleur moyen de faire la connaissance des équipements écologiques est de les utiliser chez soi. Comme cela, tout vous sera familier. Si quelque chose vous échappe, l'expérience vous éclaircira. En plus, le business par l'exemple, c'est plus convaincant.

Les filtres à eau écologiques

Renseignez-vous pourquoi, au juste, vous devez filtrer l'eau. Pour éviter quels genres de pollution ? Cela vous aidera dans vos argumentations lors de vos négociations.





Les panneaux solaires et les éoliennes

Vous devez comprendre comment fonctionne vraiment un panneau solaire. Il en est de même pour les éoliennes.

Points forts de la location d'équipements écologiques

Lorsque vous réussirez, vous ne tarderez pas à vous faire connaître non seulement des particuliers, mais aussi et surtout des organismes œuvrant dans le développement durable. Si vous avez de la chance, de gros débouchés s'ouvriront à vous et vous pouvez percer le marché dans ce sens.

D'ailleurs, les offres sont très variées. Vous pouvez renforcer l'atout de vos offres par des accessoires complémentaires. Osez offrir des forfaits ! C'est la clé de la rentabilité de votre business.

Conseils et recommandations

Il a été dit plus haut qu'un équipement écologique complet n'est pas donné. Pourtant, vous devez en acheter. Vous devez donc investir un capital conséquent afin de pouvoir offrir les meilleures prestations. En plus, vous devez avoir une bonne connaissance du matériel, et surtout, de la réglementation qui le régit.

Vous n'êtes pas le seul à penser à entreprendre dans le secteur. Vous aurez de nombreux concurrents, aussi rigoureux les uns que les autres. Sachez-le et prenez les dispositions nécessaires pour vous démarquer. Mettez par exemple sur vos offres. Jouez sur le tarif, les modalités de paiement et les bonus. Bref, usez de créativité pour attirer la clientèle.



La prestation d'entretien et de nettoyage de bateaux de plaisance



La prestation d'entretien et de nettoyage de bateaux de plaisance

Les bateaux de plaisance ont souvent besoin de coup de propre après les pollens de printemps, les pluies d'hiver et les feuilles d'automne. Entretien et nettoyer son bateau permettent non seulement de le conserver mais aussi de vérifier les normes de sécurité. De plus, rien n'est plus efficace qu'un grand nettoyage pour avoir une vision plus claire sur les différentes détériorations. Prendre recours à une prestation d'entretien et de nettoyage de bateaux de plaisance devient pour cela une tendance de plus en plus adoptée en ce moment.

Principe de l'entretien et du nettoyage de bateaux de plaisance

Chaque entreprise qui propose des services d'entretien et de nettoyage de bateaux de plaisance a sa propre méthode. Pour lancer un business dans ce secteur donc, mieux vaut connaître d'abord les différentes parties du bateau qu'il faudrait traiter. En effet, certaines parties d'un navire ont tendance à s'abîmer et à se marquer au fil du temps. Il y a par exemple

La coque : c'est la partie la plus exposée du bateau. Cette partie laisse souvent des traces au niveau de la ligne de flottaison parce qu'elle est en contact permanent avec l'eau. En général, elle jaunit peu à peu en laissant une tâche. Cette tâche s'épaissit rapidement en cas de manque de nettoyage.

Le pont : cette partie du navire laisse souvent apparaître des tâches de rouilles, des salissures et des traces. Elle supporte fréquemment plusieurs pressions, notamment le passage permanent des navigants et les émanations de moteurs.

L'inox : la partie inox d'un bateau peut facilement rouiller même si ce matériau est réputé pour sa résistance à la rouille. Ceci est dû souvent à l'accumulation de particules et de dépôts. Il se peut également qu'elle soit en contact direct avec un élément rouillant.





Le teck : toutes les parties en teck d'un navire supportent souvent des agressions extérieures qui font sécher l'oléorésine à leur surface. Elles ont pour cela tendance à se teindre en gris en perdant leur couleur d'origine. Ces parties sont en général traitées avec de l'oxyde.

Les vinyles, les plexis et les tissus : Ces éléments présentent souvent des craquelures, des traces et des rayures après leur utilisation. En général, il suffit de les conserver à l'abri des intempéries et de les nettoyer après chaque navigation ou en fin de saison pour les garder en bon état.

Points forts du nettoyage et de l'entretien de bateaux de plaisance

Entretien et nettoyer les bateaux de plaisance sont parfois des tâches fastidieuses et demandent beaucoup de temps. De ce fait, les propriétaires de navire font souvent appel à des prestataires pour le faire et s'assurer de la bienfaisance du travail. Le secteur promet donc un avenir prospérant puisque les demandes sont toujours nombreuses.

Conseils et recommandations

Le marché d'entretien et de nettoyage de bateaux de plaisance devient de plus en plus saturé. Afin de se démarquer de la concurrence, il est conseillé de se fier à des personnels compétents. Rien n'est plus efficace que d'assurer son travail et de garantir la qualité aux clients. De plus, certains produits de nettoyage requièrent beaucoup de vigilances. Il est pour cela recommandé d'utiliser des produits sûrs et déjà testés.



La préparation et l'organisation de mariages



La préparation et l'organisation de mariages

Lancer un business dans la préparation et l'organisation de mariages est une idée qui peut beaucoup rapporter actuellement. En effet, les Français commencent à être séduits par ce concept. Depuis l'année 2006, les statistiques ont déjà montré l'apparition d'environ cent cinquante agences d'organisation de mariages en France. La plupart de ces agences se trouvent dans les grandes villes du pays, dans la région PACA et dans la région Île de France. Une telle agence peut s'occuper d'une partie ou de la totalité des préparatifs d'une réception de mariage.

Principe de création d'une agence de préparation et d'organisation de mariages

Créer une agence de préparation et d'organisation de mariages est un vrai challenge. Ce type de business requiert l'acquisition de compétences et de qualités spécifiques dans l'organisation d'événement. De plus, être organisateur de mariage est une profession récente en France. En général, il n'y a pas de diplôme reconnu par l'État qui permet d'exercer le métier de préparateur et organisateur de mariage.

Toutefois, il est toujours possible d'obtenir un certificat délivré par certains organismes. Mais la valeur de ce dernier reste variable aux yeux de l'État. Cependant, l'acquisition de ce certificat permet d'avoir différentes compétences dans le domaine. Actuellement, il existe également des écoles qui proposent des formations consacrées à ce métier. Les organisateurs de mariage travaillent souvent au départ dans une agence de communication ou une agence événementielle. Les expériences acquises dans ce secteur d'activité leur permettent de monter facilement leur propre agence.





Points forts pour la préparation et l'organisation de mariages

Monter une agence de préparation et d'organisation de mariage présente de nombreux avantages. En ce qui concerne les clients par exemple, faire appel à ce type de service leur facilite largement la tâche. Les agences peuvent également leur donner des conseils de professionnelles pour l'optimisation de leurs idées et la réalisation de leur fête.

Ce business est très intéressant puisqu'il permet de minimiser au maximum les pertes. En effet, la génération de revenu dans ce type d'affaires ne dépend en grande partie que de la gestion du budget. En général, l'agence fait des propositions à ses clients, les laisse prendre une décision et effectue son travail. Il reste à offrir une prestation répondant aux besoins et aux préférences des clients tout en veillant à faire le maximum de bénéfice.

Conseils et recommandations

Un préparateur et organisateur de mariages doit être un professionnel de l'événementiel. Pour pouvoir créer une telle agence et assurer son bon fonctionnement, il est conseillé de suivre avant tout des études dans la communication ou dans l'événementiel. Outre ces conditions, il est également recommandé d'avoir le goût pour l'organisation et une grande capacité d'adaptation.

Un organisateur de mariage est souvent confronté à des changements d'avis. Il est pour cela important de savoir jongler avec un budget limité pour assurer les gains. Pour se démarquer de la concurrence dans ce secteur d'activité, il est aussi conseillé de montrer du dynamisme et d'avoir le plus de disponibilité possible. Sans oublier la capacité de gérer le stress pour ne pas se tromper dans les prises de décision rapides.



La consultance



Le métier de consultant

Vous aimez aider les gens ? Si vous avez de l'initiative et si vous êtes assez indépendant, devenir consultant peut être un business lucratif pour vous.

Principe du métier consultant

Le consultant est un expert dans son domaine. Il donne des conseils, mais il lui arrive de réaliser des prestations. Il travaille dans un cabinet. Ce cabinet peut être attenant à son domicile.

Si ce business vous intéresse, tout d'abord, il faut vraiment se connaître. En quoi êtes-vous expert ? C'est la première question que vous devez vous poser. Il s'agit donc de faire un bilan de compétences personnel pour trouver dans quel domaine vous allez exercer. La consultance intervient en effet dans presque tous les domaines : orientation professionnelle, ressources humaines, formation, trading, comptabilité, habitat, assistance sociale, communication, informatique, psychologie, ingénierie, etc. La liste est loin d'être exhaustive.

Une fois le domaine d'expertise défini, vous allez devoir proposer vos services aux personnes physiques ou morales qui ont des problèmes dont vous détenez la solution. En contrepartie, vous percevrez des honoraires.

À chaque prestation, votre rôle sera d'examiner, d'identifier le problème et de faire l'analyse du mode opératoire. Vous rechercherez alors les solutions et les proposerez à votre client. Par la suite, vous accompagnerez la mise en œuvre de vos recommandations jusqu'à résolution du problème.

Le consultant, un expert hors-pair !

Les connaissances d'un consultant ne sont pas statiques.

L'expert doit régulièrement remettre ses compétences à jour en fonction des actualités. Si vous avez par exemple choisi de travailler dans le secteur informatique, vous devrez rester informé sur l'évolution de la technologie, des médias, des techniques d'information et tout ce qui l'entoure.





Comme vous êtes le seul garant de votre image, la détention d'un titre ou d'un diplôme en bonne et due forme vous sera d'une aide précieuse.

En principe, le consultant doit être titulaire d'un Bac+5. Si vous n'avez pas le diplôme, vous pourrez quand même convaincre votre clientèle par votre expérience et votre dynamisme.

Le profil idéal d'un consultant est une personne rigoureuse, organisée, créative et persuasive. La maîtrise de plusieurs langues serait un atout pour lui.

Lorsque vous allez fixer vos tarifs, n'hésitez pas à les facturer à leur juste valeur. Tant mieux s'ils sont chers. Ce faisant, vous faites preuve de professionnalisme. Après tout, vous êtes un expert ! Une expertise bon marché donne à réfléchir, on risque de douter de vos compétences.

Points forts du consultant

Votre autonomie est votre principal avantage. En plus d'être décideur, vous avez le libre choix de vos clients et de la manière dont vous allez mener vos prestations. Vous êtes aussi libre d'organiser vos horaires de travail.

Conseils et recommandations

Ce business demande beaucoup d'initiative. Vous devez vous déplacer pour rencontrer vos clients. Pour vous, l'adage disant que le client est roi est plus que jamais vrai. Votre rythme de vie professionnelle peut être très stressant parce que vous devez honorer vos contrats et vous organiser en fonction.

N'oubliez jamais que vous êtes un expert. Donc, vous êtes censé tout connaître sur votre métier. Il n'y a pas d'exception. Vous devez être en mesure de répondre à tous les questions de vos clients.



Le coaching



En quoi consiste le coaching ?

Devenir coach, c'est une idée qui passionne bon nombre de personnes. Ayant pris son envol depuis les années 2000, le coaching offre de belles opportunités d'emploi. Plusieurs voies s'ouvrent à vous.

Coaching minceur, coaching de vie, coaching sportif, coaching de séduction, coaching de performance, coaching d'intégration, coaching de vendeurs, coaching interculturel, coaching de dirigeants... Vous n'avez qu'à choisir le domaine avec lequel vous avez le plus d'affinité.

Principe du coaching

Le coaching vise un accompagnement sur mesure d'une personne ou d'un groupe de personnes qui rencontre(nt) des difficultés spécifiques dans leur vie personnelle ou professionnelle. Ce business est donc dédié entre autres aux particuliers, aux leaders, aux managers, aux entrepreneurs, aux vendeurs, aux recruteurs, aux formateurs et aux sportifs.

Vous avez donc jeté votre dévolu sur le coaching. Sachez qu'au cours de vos séances de formation, vous devrez faire en sorte que les compétences de vos clients s'améliorent (si bien entendu, on parle de compétences). S'il s'agit de développement personnel, il faut que le résultat de vos interventions soit significatif, évident. À l'issue du coaching, il faut constater des résultats satisfaisants sur la perte du poids, par exemple, si tel est la matière que vous enseignez, ou aussi sur la capacité des coachés à communiquer, à s'exprimer.

Pour réussir votre mission, vous devrez vous baser sur l'écoute, le dialogue et l'accompagnement. D'ailleurs, vous devez avoir les qualifications nécessaires pour exercer ce métier. Des connaissances générales acquises par les lectures ne suffisent pas pour pratiquer ce business. Il est nécessaire de suivre une formation préalable afin d'acquérir les compétences spécifiques du coach.





Points forts du coaching

Souhaitez-vous devenir votre propre patron ? – Le coaching est fait pour vous. Ce business peut être exercé de manière indépendante. Vous aurez donc plus de liberté dans la gestion de votre emploi du temps et de vos activités.

D'ailleurs, le coaching est un créneau encore peu exploité en France.

Avec plus de motivation et de sens de la communication, vous aurez plus de chances de réussir dans ce secteur. Quant à la rentabilité, c'est assuré.

Vous allez gagner plus sans avoir à dépenser beaucoup. Le coaching ne nécessite pas un investissement conséquent.

Conseils et recommandation

Avant de vous lancer dans le coaching, identifiez bien le domaine qui vous mettra à l'aise et que vous maîtrisez. N'oubliez pas non plus de faire une étude de marché afin de mieux cerner vos concurrents ainsi que le secteur porteur. Cela vous aidera à fixer un tarif plus compétitif.

Dès que vous aurez découvert vos points forts, lancez-vous ! Mais pour que votre activité vous rapporte, n'oubliez pas de faire une publicité efficace de vos services. Internet est là pour cela. Apposez des affiches, utilisez les supports audiovisuels pour lancer votre activité. Si vous êtes par exemple un coach sportif, vous pourrez collaborer avec un responsable d'une salle de sport, une entreprise ou un magasin en vente des produits minceur afin de multiplier vos chances de trouver plus de clients.

Devenir coaching ne s'improvise pas. Pour réussir, vous devez vous distinguer de vos concurrents. Surtout, ne vous laissez pas d'enrichir vos connaissances pour devenir un véritable expert du domaine.



S'installer en tant que musicothérapeute libéral



S'installer en tant que musicothérapeute libéral

Le métier de musicothérapeute propose des missions diverses et variées qui ne lui permettent pas de s'ennuyer.

Principe de la musicothérapie

À la fois psychologue, médecin, musicien, éducateur, il a le même rôle qu'un thérapeute et exerce grâce à un outil indispensable : la musique. Il participe à ce titre à l'amélioration de l'état de santé de ses patients grâce à des programmes musicaux réalisés par ses propres soins. La musicothérapie peut être active (utilisation de la voix ou d'instruments pour une communication non verbale) ou passive (écoute de sons ou d'extraits de musique).

La musicothérapie peut être exercée de deux manières différentes. En tant qu'extension d'une pratique réglementée de psychothérapeute. Ou bien comme une pratique non réglementée de développement personnel ou de bien-être. Il s'agit alors d'une médecine douce ou « thérapie alternative ». Dans ce cas, aucun diplôme n'est obligatoire, mais il est conseillé au thérapeute de s'engager en parallèle dans un travail psychanalytique ou psychothérapeutique personnel.

Il existe deux filières permettant d'obtenir un diplôme de musicothérapeute : l'école privée, ou l'université (DU de musicothérapie, université de Nantes ou de Montpellier). Les écoles privées de musicothérapie sont très nombreuses et délivrent des diplômes non reconnus.

Pour être crédible et vivre correctement de son activité, il est préférable que le musicothérapeute soit psychothérapeute ou professionnel de santé reconnu.

La musicothérapie s'adresse principalement à deux types de publics :

- les personnes en difficulté ou en souffrance : personnes âgées ou dépendantes, personnes malades ou présentant des troubles psychiques ou psychiatriques, personnes ayant subi un choc ou un traumatisme, personnes dépressives...
- les personnes en demande de développement personnel : adultes, mais aussi enfants, adolescents, futurs parents...





Points fort d'un musicothérapeute

Pour générer des revenus suffisants, le musicothérapeute libéral doit arriver à développer un bouche-à-oreilles suffisant. Un musicothérapeute facture généralement ses prestations entre 40 € et 60 € la séance individuelle, et environ 100 € de l'heure pour une séance collective (ateliers de 4 ou 5 personnes au maximum).

Un bon musicothérapeute doit savoir : mener un entretien, évaluer et comprendre les difficultés de ses patients, animer une séance de musicothérapie en groupe ou individuelle, maîtriser les techniques musicales et les instruments, s'adapter à différents publics, faire preuve de créativité et développer le sens de l'écoute, la curiosité et l'empathie.

Conseils et recommandations

Afin de réussir au mieux son activité de musicothérapeute, il est important de se spécialiser sur un ou plusieurs segments de clientèle spécifiques. Il est également recommandé d'opter si possible pour un cabinet partagé avec d'autres professionnels (médecins généralistes ou spécialistes) qui pourront jouer le rôle de prescripteurs. Dans le but d'être le plus crédible possible il faut acquérir ou développer des connaissances complémentaires, par exemple en psychologie ou en sophrologie, mais aussi développer des activités et prestations annexes, par exemple le coaching.

La profession de musicothérapeute étant une activité libérale, l'enregistrement de l'entreprise se fera auprès du centre de formalité des entreprises (CFE) de l'URSSAF. Un musicothérapeute seul peut envisager les différents statuts juridiques suivants pour s'installer :

La micro-entreprise, l'entreprise individuelle en nom propre (EI), l'EIRL, l'EURL et la SASU.

Mais il existe aussi un statut alternatif à l'entreprise privée, c'est celui d'entrepreneur-salarié en coopérative d'activité et d'emploi. Il permet d'être indépendant tout en bénéficiant du statut de salarié : c'est un statut bien adapté pour un démarrage sans risque.



Le profil d'influenceur



Le profil d'un influenceur

En général, un influenceur est une personne qui a la capacité ou le pouvoir de diriger indirectement le comportement d'un autre individu. Dans le contexte du marketing et du business, le profil d'influenceur est recherché pour influencer le comportement de consommation des clients dans un secteur précis.

Actuellement, de plus en plus de marques et d'organisations sollicitent la collaboration avec ce type d'individu dans le cadre d'une opération marketing. À noter que le pouvoir ou l'influence potentielle d'une telle personne sur la consommation contribue considérablement à la réussite d'un business.

Principe du profil de l'influenceur

Les compétences des influenceurs sont surtout sollicitées dans les opérations marketing. Dans la plupart des cas, ce type d'individu agit sur le web. Pour arriver à bout de leur mission, les influenceurs suivent quelques astuces particulières.

- Miser sur l'originalité et l'innovation

Le travail des influenceurs consiste à orienter le comportement des personnes ciblées par la marque ou l'organisation qui les engage. Ils doivent pour cela veiller à attirer l'attention de leur cible dans toutes leurs actions. Pour se faire, ces individus misent souvent sur l'originalité et l'innovation.

Dans le cas où l'influenceur agit sur le web par exemple, il doit à tout prix trouver le moyen de se différencier des autres et d'être reconnaissable. Outre ces critères, l'influenceur doit également devenir un « résultat de recherche » et faire en sorte que son sujet soit le fruit d'un questionnement pointu.

- Rester positif et avoir toujours l'air heureux

Le positif a une puissance largement supérieure aux aigreurs et aux râleries. Adopter cet état d'esprit et être constructif dans les analyses et les propos est une méthode efficace pour influencer les gens.





En effet, il arrive que les personnes ciblées soient des individus qui se font toujours avoir, qui ne vont jamais bien ou qui se plaignent toujours. Leur apporter un peu de bonheur peut facilement influencer leur comportement.

- Commenter les autres

Une des règles d'or de l'acquisition de trafic est le commentaire. Cette technique a déjà fait ses preuves d'efficacité. Chaque influenceur sait que laisser un commentaire sur les propos d'un autre influenceur suivi par des milliers de personnes attirera l'attention d'une grande partie de son audience. Chaque personne qui s'intéressera au commentaire cherchera automatiquement à en savoir plus sur son auteur.

Points forts des influenceurs

Le métier d'influenceur est de plus en plus sollicité dans le monde du marketing et du business. Avoir le profil d'influenceur présente pour cela de nombreux avantages. Cela permet par exemple de vendre plus facilement des produits ou des services d'une entreprise. Un influenceur peut également devenir un référent sur un domaine d'activité ou une thématique précise. En obtenant de l'expérience, il peut aussi développer sa notoriété et mettre toutes les chances son côté dans le business.

Conseils et recommandations

Il n'y a pas vraiment de diplôme reconnu par l'État pour pouvoir exercer le métier d'influenceur. En effet, la clé de réussite de ce business se base sur les capacités à entretenir une bonne relation avec les gens. Toutefois, il est conseillé de suivre au moins une formation en communication ou en sociologie pour assurer le travail.



Gagner de l'argent par des conférences



Gagner de l'argent en étant conférencier

Économistes, sociologues, philosophes, écrivains ou autres... Tous des conférenciers ! Les entreprises s'y arrachent pour une raison ou une autre : parfois pour accroître leur notoriété, parfois pour former leurs salariés. C'est le business lucratif des intellectuels.

Vous êtes ouvert et éloquent. Vous exprimer et parler en public est un plaisir pour vous. Et si vous essayiez de gagner de l'argent par des conférences ?

Principe du métier de conférencier

Bien sûr, il faudra que vous ayez une idée intéressante à partager à votre assistance ! Il y a deux manières de pratiquer ce business : le faire en présentiel ou à distance. Il est possible de combiner les deux méthodes pour changer un peu.

En effet, la méthode traditionnelle est la conférence en présentiel. Elle est encore monnaie courante aujourd'hui et la location d'une salle est indispensable. Ce sera à cet endroit que vous allez faire votre présentation. De plus, il faut que cette salle soit bien équipée. Les gens doivent être à l'aise et pour cela, utilisez du matériel performant pour les attirer. Prévoyez donc un petit apéritif à l'heure des pauses.

La conférence à distance consiste à utiliser la connexion Internet pour rassembler un certain nombre de personnes autour d'un sujet déterminé. Elle se présente sous différentes formes. Donc vous aurez un large choix de méthodes. Citons à titre d'exemples les webinaires et le Live Facebook. La liste des moyens n'est pas exhaustive. D'ailleurs, d'autres méthodes sont en développement.

Passons à présent au contenu d'une conférence. Un conférencier peut former, conseiller ou sensibiliser.





Points forts de l'activité de conférencier

Comme vous maîtrisez déjà la prise de parole en public, il vous sera donc très facile d'entreprendre cette activité. Vous ne risquez rien du moment où vous ne parlez pas d'un sujet... interdit ou tabou. D'ailleurs, l'organisation n'est pas très lourde.

D'ailleurs les conférences à distance sont plus avantageuses que les conférences en présentiel. Il n'y a pas question de logistique. En effet, il suffit de lancer des annonces et fixer des rendez-vous et le tour est joué. Apportez une attention particulière au décor. Tout se passe en ligne.

Conseils et recommandations

Les connaissances constituent le fondement du métier de conférencier.

D'ailleurs, à propos d'un sujet, vous devez en connaître beaucoup plus que votre assistance. Lisez beaucoup ! Ne vous laissez pas d'apprendre et renseignez-vous ! Élargissez votre réseau de contacts et baignez-vous dans l'univers de vos sujets. Vous devez être en mesure de répondre à toutes les questions.

Comme personne n'est jamais à l'apogée de ses connaissances, et comme l'assistance est composée de personnes plus ou moins informées sur le thème de votre présentation, cela engendre le stress. Oui, cette sensation de gêne est inévitable. Donc, sachez le gérer. D'ailleurs, ceux qui vous contrediront ne manqueront pas. Attendez-vous toujours au pire débat. Trouvez donc un moyen de lâcher prise quand vous vous sentez oppressé.

En outre, lorsque vous organisez une conférence en présentiel, vous serez obligé de vous déplacer fréquemment, non seulement de région en région, mais peut-être de pays en pays. Cela nécessite un investissement. Un conseil : commencez par les conférences à distance, histoire de vous faire un peu d'argent. Ce sera donc après que vous organiserez des présentiels. De ce fait, élargissez progressivement vos horizons.



Les achats et ventes aux enchères



Les achats et ventes aux enchères

Êtes-vous réactif ? Disposez-vous d'une certaine faculté relationnelle et de communication ? Souhaitez-vous travailler en toute indépendance ? Les achats et ventes aux enchères seront donc une bonne idée de business pour vous.

La règle est simple : vous allez piocher de bonnes affaires aux enchères dans le but de les revendre afin de gagner une marge de bénéfice.

Principe des achats et ventes aux enchères

La vente et l'achat aux enchères existent déjà depuis la nuit des temps. Cette pratique très en vogue prend toujours de l'ampleur et intéresse de plus en plus de personnes. Tout s'achète et se vend aux enchères, du plus banal au plus précieux, du neuf à l'ancien. D'un simple vase ancien à un tableau de grande valeur en passant par un véhicule, un bien immobilier, un appareil électronique ou électroménager ou un meuble, c'est le moyen le plus prisé pour se débarrasser des objets non usés ou anciens.

Faire carrière dans les achats et les ventes aux enchères n'a rien de compliqué. Vous profitez juste des prix très bas pour acheter, en assistant à des enchères dans une salle dédiée ou sur un site internet tel qu'eBay. Certains objets sont liquidés à des prix très alléchants. Ensuite, vous n'avez qu'à les revendre à des tarifs plus élevés pour réaliser des bénéfices. Il est également possible de chercher des objets moins chers pour les revendre aux enchères aux prix plus avantageux. Avec la concurrence qui existe entre les enchérisseurs, vous voyez rapidement la valeur de vos objets grimper en flèche.

Points forts des achats et ventes aux enchères

Les achats et les ventes aux enchères vous permettent de réaliser une marge de bénéfice assez importante. Il suffit de bien négocier pour mieux vendre. Ce sera également un métier très souple et facile qui offre une totale liberté.





Si vous ne souhaitez pas perdre votre temps, vous n'avez qu'à vendre vos objets en ligne. En plus, ce métier ne nécessite pas beaucoup de publicités particulières. Vous pourrez d'ailleurs vendre et acheter une grande diversité d'objets.

Conseils et recommandations

Pour tirer le meilleur parti de vos achats et ventes aux enchères, soyez réactif et attentif. Il ne faut pas rater les marchés de l'occasion et les différentes expositions. Avant d'acheter un objet, prenez le temps de bien l'examiner. Pour choisir les meilleurs produits à vendre aux enchères, prenez en compte sa qualité esthétique, sa rareté et sa provenance.

Ces critères comptent beaucoup sur la réussite de vente de vos objets.

N'oubliez pas non plus de suivre les cotes du marché pour que vous ayez une idée du cours des différents objets. Suivez de près les résultats de ventes des études publiés par le commissaire-priseur.

Vous pourrez également vous renseigner auprès des antiquaires, des brocanteurs ou des sites afin de vous faire une idée sur la cote des artistes.

Enfin, souvenez-vous toujours que la règle d'or de la réussite de ventes aux enchères, c'est d'attirer les enchérisseurs avec un prix de départ très bas.

Si vous avez peur que la valeur espérée ne soit atteinte, vous pourrez appliquer un prix de réserve.



La location de machines ou appareils divers



La location de machines ou appareils divers

La location de machines ou appareils divers séduit de plus en plus d'entreprises et de particuliers. Ce type de business touche actuellement une large gamme de secteurs. Prenant en charge différents appareils et machines comme des appareils électroménagers, des appareils de sport jusqu'aux machines industriels, la location devient parfois une alternative indispensable pour certains individus. La plupart des entrepreneurs et particuliers considèrent la location comme la meilleure solution pour éviter les trous de trésorerie.

Principe de location de machines ou appareils divers

Lancer un business dans la location de machines ou appareils divers requiert souvent la possession d'un fond assez élevé. En effet, ce type d'affaires nécessite un investissement sur l'achat des matériels ou appareil à proposer.

Ceci s'applique surtout aux entreprises qui comptent louer leur propre bien. Dans le cas où la société n'intervient qu'en tant qu'intermédiaire entre propriétaires-loueurs, c'est plus simple. Pour assurer le fonctionnement de ce business, il faut à tout prix respecter quelques règles fondamentales

Les obligations concernant le loueur

Les matériels ou appareils à louer doivent respecter une certaine norme de sécurité pour assurer la manipulation sans risque de l'utilisateur. Pour le cas d'une location de machines professionnelles dangereuses, un document attestant la conformité de l'équipement aux exigences techniques applicables doit être présenté. Les entreprises de location de machines ou appareils divers doivent également avoir un rapport de vérification périodique des usures et la notice d'instruction de chaque matériel.

Points forts de la location de machines ou appareils divers

Il arrive que la réalisation d'un projet nécessite l'acquisition d'une machine professionnelle spécifique hors de prix.





Or cette machine ne sera utilisée que dans ce projet. C'est dans ce type de situation que les services de location sont les plus sollicités. De plus, cette activité est rentable pour les entreprises qui proposent ce type de prestation.

En effet, ces dernières bénéficient d'une réduction considérable lors des achats groupés auprès des constructeurs. Elles peuvent également fixer les prix de location de manière à accélérer le temps d'amortissement de l'investissement.

Conseils et recommandations

Pour assurer le bon fonctionnement d'une entreprise de location de machines ou appareil divers, il est conseillé de suivre quelques astuces importantes. La clé de réussite de ce business se trouve en effet dans la diversification. Diversifier les appareils ou machines à louer permet de toucher plusieurs secteurs d'activités. C'est-à-dire une large gamme de clients potentiels sur le marché. L'entreprise doit pour cela veiller à réunir le plus de matériels différents possible.

Suivre l'évolution de la demande

La plupart des entreprises de location ne se contentent plus de louer des appareils ou des machines. Certaines n'hésitent pas à proposer des services d'aide par l'intermédiaire de professionnels afin de fournir les solutions optimales à un projet. De plus, les demandes et les attentes de la clientèle ont tendance à se développer vers la précision. L'entreprise doit pour cela adapter régulièrement son service en fonction des besoins des clients. Actuellement, les consommateurs recherchent du matériel facile à manipuler, bien sécurisé et qui respecte la préservation de l'environnement.



La création d'un service taxi moto ou scooter



La création d'un service taxi moto ou scooter

Le service de taxi-moto ou scooter a fait son apparition dans les années 2000. Cette prestation est de plus en plus demandée, surtout dans les grandes villes à cause de ses atouts indéniables. Actuellement, le taux d'embouteillage ne cesse de s'accroître. Profiter d'un service taxi-moto ou scooter permet facilement d'arriver à destination en un temps record et d'éviter les bouchons. Ce qui laisse penser que ce business affiche une belle perspective croissante dans l'avenir.

Principe de la création d'un service taxi moto ou scooter

La création d'une entreprise proposant un service taxi-moto ou scooter doit avant tout passer par une étude commerciale. Pour assurer le bon fonctionnement du business, il est préférable de commencer l'activité avec des clients en compte. Actuellement, les conducteurs de ce type de véhicule ne sont pas encore obligés de posséder une licence ou une capacité particulière.

Il suffit d'avoir des compétences particulières en accueil de passagers et en conduite pour se lancer. Ce type d'activité n'est pas encore réglementé, donc tout le monde peut le faire. Pour créer une telle société, il faut suivre quelques étapes précises.

Il faut pour cela choisir une structure juridique et un véhicule. Le mieux serait de choisir un véhicule confortable et puissant, mais économique. Il faut ensuite choisir un assureur et rechercher des clients potentiels pour les mettre en compte. Il reste à valider toutes les démarches administratives pour finaliser le projet.

Points forts de la création d'un service taxi moto ou scooter

Auparavant, les véhicules à deux roues ont été considérés comme des moyens de transport de plaisir. Actuellement, ils constituent une solution idéale pour gagner du temps en déplacement.





Créer une entreprise qui propose un service taxi moto ou scooter permet pour cela à de nombreuses personnes d'éviter une perte de temps considérable.

De plus, le service taxi-moto ou scooter est accessible à tous les niveaux sociaux. Contrairement aux taxis à quatre roues, les taxi-motos peuvent facilement se faufiler dans les embouteillages lors des heures de pointe.

Cela permet parfois même de diviser le temps de trajet par deux.

Un avantage non négligeable pour ceux qui sont toujours en constante course à la montre.

Le taxi-moto permet également de générer du revenu tout en assurant la satisfaction des clients. En effet, le mode de facturation de ce type de service est en général fixe. Ce qui est très avantageux pour la clientèle.

Conseils et recommandations

À part l'acquisition des compétences nécessaires pour conduire un véhicule à deux roues (le permis), il est conseillé de respecter quelques critères importants pour lancer une telle activité. Il faut pour cela considérer les frais matériels de départ.

La création de ce type d'entreprise nécessite en général 60 000 euros au minimum. Ce fond permet d'acquérir tous les accessoires et outils nécessaires au bon fonctionnement du service, y compris les motos. Il reste ensuite à vérifier les charges d'exploitation inhérentes à l'exécution de l'activité.

Ces dernières prennent en compte le carburant, l'entretien des véhicules, les salaires, le local, l'assurance et les charges des chauffeurs. C'est seulement après la vérification de ces points qu'il faudrait se lancer dans le marketing et la recherche de client.



50 idées de business pour réussir sa création d'entreprise
