

TELETRAVAIL: LES CLEFS DE LA REUSSITE

Une réponse au chômage par la
responsabilisation personnelle

Par Cyril SLUCKI

Avec la participation des membres du collectif





*Même si les premiers temps de votre entreprise
seront difficiles, il sera impossible d'être licencié,
surtout si vous êtes votre propre patron !*

A propos du télétravail (P.7)Historique du télétravail (p.8)Types d'organisation en télétravail (p.10)Avantages et inconvénients (p.11)Le télétravail offshore et l'outsourcing sont-ils un danger ? (p.12)Télétravail, le nouvel or vert (p.14)Etape par étape (P.15)Vous informer et vous former (p.17)Cibler vos prestations (p.18)Votre immatriculation (p.19)A propos du Portage Salarial (p.20)Votre environnement de télétravail (p.22)Trouver des clients (P.23)Savoir se vendre (p.24)Mais à quel prix ? (p.25)Quelques conseils pour prospecter (p.26)Savoir communiquer (p.28)Les pièges à éviter (P.33)Comment gagner 3000 €/mois ? (p.35)Le marketing de réseau (p.36)Télétravail : un mauvais rêve ? (p.37)Sur l'intérêt des réseaux sociaux (p.38)Témoignages (P.39)Le client est roi, mais il ne sait pas tout (p.40).Un exemple de réussite en télésecrétariat (p.43)Les organisations se transforment (p.47)Télétravailleur, je ne suis pas un numéro ...(p.54)Le télétravail à la campagne (p.58)Questions aux cyberworkers (P.63)Comment être sûr de sa capacité à télétravailler ? (p.65).Comment connaître son marché ? (p.65)Comment calculer son budget ? (p.65)Comment minimiser les risques ? (p.65)Quelles sont les erreurs à ne pas faire ? (p.66)Quelques astuces au niveau organisationnel (p.66)Quels sont les meilleurs moyens pour obtenir des clients ? (p.67)Dans quel cas peut-on dire « non » à un client ? (p.67)Quelques astuces au niveau commercial ? (p.67)Comment gérer sa vie privée ? (p.68)Sites web pour trouver du télétravail sur Internet (P.69)

A propos de l'auteur



Cyril Slucki, 50 ans.

Autodidacte, puis Formateur pour Adultes niveau 5 (VAE)

Fondateur de Cyberworkers.com (1996).

Président de l'association CVStreet (2012).

Producteur de l'émission TV « Chasseurs d'emploi » (2015).

Directeur de l'association AMT (2020).

Contributeurs

Philippe Altschul – actunion.com

Nathalie Bouffet – agsp.fr

Stéphane Jean Bourhis – red-act.com

Gabriel Cian – progonline.com

Isabelle Dedieu - idd-secretariat.com

Xavier de Mazenod – zevillage.net

Caroline Hamdoche - espritzen-communication.com

Virginie Laget – toutenaure.com

Benjamin Métral – keljob.com

Nathalie Quint - mieuxutiliserinternet.blogspot.com

Nicole Turbé-Suétens - distance-expert.eu

Remerciements

Karine Mottais et Isabelle Dedieu pour leurs corrections.

Stéphane Jean Bourhis pour son talent de rédacteur.

Caroline Hamdoche pour la mise en page.





a capacité de travailler et celle de créer un emploi sont-elles les mêmes ?

Il semble que non, car là se joue la différence entre les fonctions d'un employeur et celles d'un employé. C'est là la distinction « classique ».

Pourtant, considérant les choses à régler pour devenir son propre employeur, nous avons affaire à une évidente gestion de tâches simples, que quiconque peut traiter.

La difficulté est ailleurs, elle se situe dans l'image de l'employeur et la croyance que l'employeur est nécessairement quelqu'un d'autre.

Pourtant, la solution de créer son emploi pourrait être un atout majeur, à une échelle locale et globale, dans la lutte contre le chômage. La vraie question que pose l'émergence du télétravail est bien celle de l'indépendance personnelle :

- Est-ce que je veux être libre ou non ?
- Est-ce que je veux créer moi-même mes propres revenus ou non ?
- Ai-je le courage de devenir indépendant ?
- Va-t-on me laisser devenir indépendant ?

En effet, c'est bien là que le bât blesse : la difficulté à entreprendre est simplement liée au formatage des esprits. En clair : on ne veut pas que les gens deviennent indépendants, car ils ne sont pas facilement domesticables.

Quand on devient indépendant, la seule question qui compte, semble-t-il, est : combien cela va-t-il me coûter en charges ? Cette hyper taxation n'est pas anodine, elle vise en effet à maintenir les gens dans un état de passivité proche de celle d'un troupeau.

Alors que le choix d'indépendance consistant à créer son propre emploi a même un aspect écologique, car rien n'interdit, pour vivre et travailler, de choisir la campagne.

Lorsque je discute avec des télétravailleurs potentiels, j'observe toujours les mêmes freins.

- Impossibilité de trouver des offres d'emploi en télétravail (si Pôle Emploi en avait !).
- Hésitation sur le statut à choisir (pourquoi pas le portage ?).
- Peur des charges (pourtant on les paye aussi en étant salarié !).
- Ne pas trouver de clients (je ne saurais pas me vendre).
- Je dois encore peaufiner mon projet (hésitation...).

Bref, tous les motifs sont bons pour ne pas se lancer.

Comme pour le ski, à force d'attendre en haut d'une piste on a le vertige.

Cet ouvrage a pour objectif de vous rendre rapidement opérationnel en démystifiant de nombreux points sur lesquels il existe encore peu de sources d'informations et de modèles de réussite.

Une chose est sûre : il y a une solution pour ne plus être au chômage, à savoir créer son propre emploi.

Bon télétravail !

A PROPOS DU TELETRAVAIL



En 1950

Norbert Wiener, le père de la cybernétique, évoque le cas d'un architecte vivant en Europe qui supervise la construction d'un immeuble aux Etats-Unis sans avoir à se déplacer, grâce à l'utilisation de moyens de transmission de données.

1965

Lawrence Roberts teste avec Thomas Merrill la première connexion informatique longue distance, entre le Massachusetts et la Californie.

1972

Alvin Toffler, dans son livre «Le choc du futur», annonce la migration possible du bureau vers le domicile.

1973

Alvan, le premier micro-ordinateur réalisé en France, est doté de 4k de mémoire vive et d'une mémoire associative sur disque de 512k, un petit prodige pour l'époque.

1984

Steve Jobs d'Apple Computer, lance le Macintosh, le premier micro-ordinateur personnel avec une interface graphique.

1989

Tim Berners Lee met au point le système d'affichage World Wide Web. En 94, le web compte 10.000 serveurs et 10 millions d'utilisateurs.

1992

Projet pilote de télétravail dans la fonction publique fédérale au Canada.

1996

Lancement du site Cyberworkers.com, mise en relation d'offres et de demandes en matière de télétravail.

2002

Signature d'un accord-cadre sur le télétravail par les partenaires européens.

2017

Le gouvernement français propose un cadre au télétravail salarié

Rêve fantasmé à une époque, le télétravail est aujourd'hui devenu une réalité économique, la sous-traitance une nécessité, pour être plus compétitif et productif face aux grands groupes et à la délocalisation.

C'est aussi une solution pour retrouver une qualité de vie et participer au développement durable de notre environnement.



Il y a 4 types de «télétravailleurs» :

Les prestataires de services

Ce sont des freelances et des petites entreprises proposant leurs services, généralement depuis leur domicile.

Les télécentres ou prestataires offshore

Ce sont des structures sous-traitant certaines fonctions de l'entreprise, comme la relation clients, la saisie de données, le développement informatique. Pour être compétitifs, les télécentres sont délocalisés dans des pays où la main d'œuvre est moins chère.

Les nomades

Ce sont des télétravailleurs salariés, qui pendant leurs déplacements continuent à collaborer avec leur entreprise en accédant ponctuellement à son système d'information à distance.

Les salariés

Ce sont des cadres employés par une entreprise dont l'organisation leur permet de travailler depuis chez eux. Cependant, il faut noter que les télétravailleurs salariés non cadres exerçant à plein temps depuis chez eux sont des privilégiés.



Pour le contracté

Le télétravail, lorsqu'il est totalement intégré, permet de concilier vie privée et vie professionnelle, à votre rythme et selon vos objectifs.

Vous êtes ainsi libéré de certaines contraintes logistiques comme les horaires fixes, les traditionnels embouteillages aux abords des grandes villes et les aléas de la vie dite « moderne ».

Vous gagnez en autonomie. Le télétravail renforce également votre sens des responsabilités et favorise ainsi votre épanouissement personnel.

Par contre, il vous faudra apprendre à travailler en solo et comprendre le fait que le télétravail à domicile est bien un travail.

Vous devez aussi savoir que la charge de travail est importante et que votre succès implique de votre part un engagement fort. En effet, il vous faudra chercher des clients pour décrocher des contrats et en vivre.

Pour le contractant

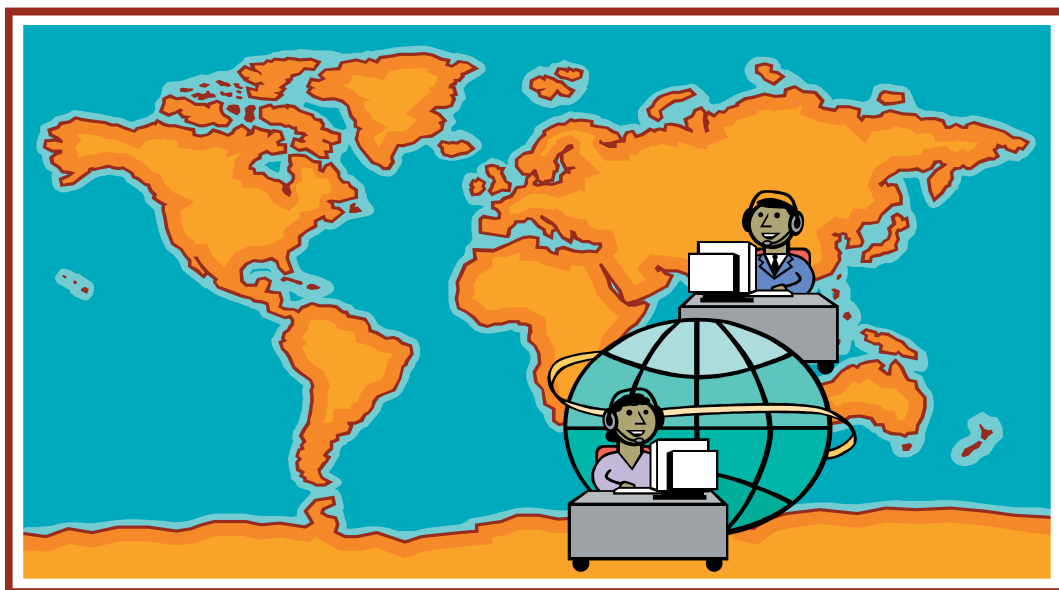
Faire appel à des télétravailleurs est aujourd'hui un atout utilisé par de plus en plus d'entreprises et de professions libérales.

En ne faisant appel à des compétences qu'au cas par cas, vous optimisez votre fonctionnement et vous réduisez vos frais généraux et vos dépenses de près de 30 %.

En effet, vous n'avez plus besoin de salarié, ni de faire appel à de l'intérim ou de vous engager à l'année. Le télétravail vous donne ainsi accès à des compétences ponctuelles et utiles selon vos activités du moment.

Il existe encore, dans le monde de l'entreprise, certains freins au télétravail. Les entreprises peuvent en effet douter de la qualification des prestataires et ne pas être prêtes à recourir à des compétences externalisées ayant leurs propres contraintes.

Il appartiendra aux prestataires de gagner la confiance des contractants.



Quel est votre modèle économique ?

Chez Progonline, nous percevons une commission de 15 % sur chaque projet réalisé avec succès. Dans le cas où le prestataire ne remplirait pas sa tâche, le client sera remboursé à 100%.

Si notre société n'existait pas, le prestataire se verrait obligé de demander un acompte avant le commencement du projet. Or, le client, qui ferait appel à lui pour un premier contrat, ne lui ferait pas forcément confiance et donc, refuserait ce paiement.

Cela est d'autant plus vrai qu'un prestataire marocain ou malgache pourrait disparaître, du jour au lendemain, avec 20 ou 30 % du montant du projet. L'acompte versé ne correspond donc pas obligatoirement à une garantie de résultat.

Aux Etats-Unis, ont-ils des modèles similaires ?

Rentacoder.com est similaire. J'évalue leur chiffre d'affaires à 50 Millions de dollars par mois, preuve qu'un marché existe !

Peut-être les mentalités sont-elles différentes en France, car on nous reproche souvent de favoriser la délocalisation. Depuis le début de l'activité, en février 2005, nous subissons des critiques systématiques par mail et par téléphone. On nous a même dit que les écoles d'ingénieurs fermentaient à cause de sociétés comme la nôtre.

Le journal 01 Net a titré « L'offshore en ligne fait encore grincer les dents », suite à des réactions très hostiles à votre rencontre : que s'est-il passé ?

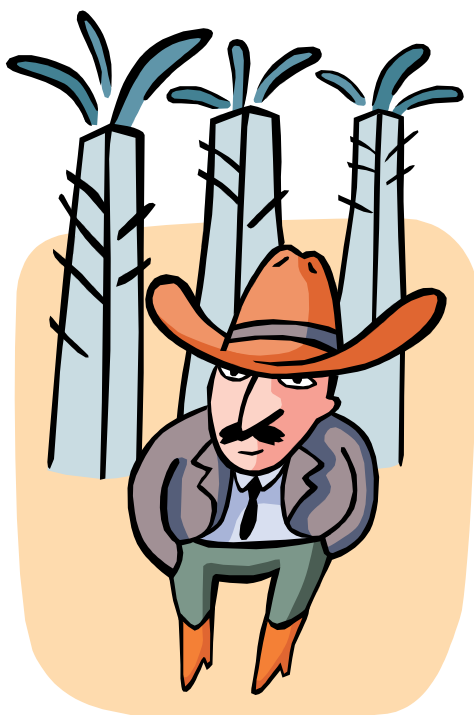
Dans le cadre d'un appel d'offres où plusieurs prestataires internationaux et français se sont proposés, un prestataire marocain en télétravail, qui était déjà évalué très positivement chez nous, a eu le marché pour un budget d'environ 1000 €.

Deux prestataires français nous ont attaqués de façon très violente ; ils m'ont même harcelé au téléphone pour en arriver à m'insulter de manière très vulgaire. Ils pensaient que travailler avec des prestataires étrangers en télétravail était illégal.

La délocalisation, le travail offshore, l'externalisation (OutSourcing) sont en place à des échelles incroyablement plus grandes que sur notre site. Je pense à Accenture qui a 200 développeurs en Roumanie, par exemple.

Bon nombre de prestataires français travaillent avec nous et sous-traitent des parties de leurs projets.

Ceci veut donc dire que cela marche !



[Jack Niles](#), reconnu comme l'un des pères du « telecommuting », estime à 30 millions le nombre actuel de télétravailleurs en Amérique du Nord : une croissance de 10 % par an, explicable en grande partie par l'essor de l'Internet mais aussi le prix de l'essence.

De ce fait, quelques sénateurs américains travaillent sur un projet visant à autoriser les fonctionnaires à se mettre en télétravail ([The Telework Enhancement Act](#)).

En France, [1 salarié sur 5 est fonctionnaire](#), soit 5 millions de personnes. Imaginez que les pouvoirs publics décide « d'un seul coup » de mettre tout ce beau monde en ligne ! Que ce soit aux US ou ailleurs, l'opinion est convaincue d'une autre chose : le développement durable. Grâce à des personnalités comme Al Gore, le terme «écologie» est au goût du jour.

Aujourd'hui, se déplacer engendre des dépenses élevées entre le prix du litre d'essence à 1,50 EUR à la pompe et les 2 heures de bouchons qui s'en suivent.

Sans parler du prix de l'immobilier qui ne permet plus d'habiter dans les grandes villes. C'est pour cela que les membres du réseau Cyberworkers sont en province.

Quel est le point commun entre le télétravail et le développement durable ? Il faut que cela devienne un impératif citoyen.

Ceci nous amène vers une économie du savoir et de l'information où la matière première la plus importante n'est pas un gisement de pétrole au Gabon. Nous savons que cet or noir ne vaut rien par rapport à la matière grise.

Le télétravail pourrait être le nouvel or vert.

ETAPE PAR ETAPE





Une question nous revient souvent : «Pouvez-vous m'aider à télétravailler ?»

Voici quelques réponses...

La première démarche est de vous installer en tant que télétravailleur.

En tant que prestataire de services, vous permettrez ainsi à des clients d'accéder aux compétences dont ils ont besoin au meilleur rapport qualité/prix sur un marché fortement concurrentiel.

Chronologiquement, vous devez donc :

- Vous informer sur vos concurrents ;
- mettre à niveau vos compétences, vous former (si besoin est) ;
- Cibler et définir vos prestations ;
- Tester leurs intérêts en les vendant vous-même ;
- Passer, le cas échéant, par le portage salarial, le temps de constituer une clientèle ;
- Obtenir un numéro d'immatriculation pour facturer en direct.

Le télétravail n'est pas un métier mais une méthode d'organisation que vous devez mettre au point pour proposer vos prestations.

Vous devez vous informer sur les tâches que vous aurez à assumer seul à vos débuts, à savoir les aspects commerciaux, techniques, juridiques et comptables...

Si nécessaire, il vous faudra améliorer vos compétences techniques afin de proposer ce qui se fait de mieux dans votre secteur d'activité et ce, en suivant éventuellement une formation professionnelle.

Evitez les sites qui proposent du télétravail facile en restant chez soi sans prospecter.

Depuis 95, le site CyberWorkers.com s'applique à mettre en relation les prestataires et les donneurs d'ordre sur des projets en télétravail et des services dédiés aux membres du réseau.





Le principal défaut des télétravailleurs « débutants » est de vouloir tout proposer, souvent sans avoir étudié le marché au préalable.

Plutôt que de dire que vous êtes en mesure d'assurer des tâches de « secrétariat de A à Z pour tout type d'entreprise au niveau national », proposez plutôt une prestation ciblée :

- Selon les besoins : « saisie de comptes-rendus »
- Une profession : « pour les médecins »
- Sur une zone de proximité : « du département 13 »

Ce dernier point est important, car même si on pourra s'organiser en télétravail par la suite, on ne doit pas s'affranchir de rencontrer ses clients et prospects, ceci surtout en début d'activité.

Pensez marketing !

Mettez tout cela par écrit et profitez-en pour réaliser une plaquette de présentation et éventuellement un site web afin de renforcer votre visibilité.

Dans la structuration de votre projet et de votre activité, les bonnes questions à se poser sont :

- Qu'est-ce que je vends ?
- A qui ?
- A quel prix ?
- Comment... ?
- Qu'est-ce qui me différencie des autres ?

Un numéro d'immatriculation (SIRET) est nécessaire pour établir des devis et obligatoire pour facturer une prestation de service.

Vous pouvez, dans un premier temps, utiliser celui d'une société de portage salarial (« Umbrella Companies ») le temps d'avoir suffisamment de clients, puis obtenez le vôtre en créant votre propre structure pour pouvoir facturer directement vos clients.

Chaque pays a ses propres procédures d'enregistrement et propose différents statuts pour exercer une activité professionnelle ; nous vous invitons à vous rapprocher des organismes compétents.

Pour avoir un exemple de bon de commande, de facture et de contrat, consultez votre société de portage qui saura vous donner des modèles à adapter.



Hormis le choix de la création d'entreprise, il n'existe pas de dispositif législatif permettant à une personne de répondre à une offre ponctuelle (ou récurrente) de travail en qualité d'indépendant ou de tester ses capacités à entreprendre.

« Pour pallier ce vide juridique, le recours aux sociétés de portage constitue une solution ¹ »

La naissance du portage

Le portage salarial est une forme de relation de travail développée en France depuis 1985, qui est restée confidentielle pendant une dizaine d'années, alors que, sous le nom de « umbrella companies », des sociétés de portage se développaient sans difficultés d'ordre juridique en Grande-Bretagne...

Initialement appelées sociétés « d'hébergement » ou de « refacturation », elles se dénommeront ensuite « sociétés de portage salarial », dont l'appellation fut déposée par le précurseur du concept en France.



LE PORTAGE EN RESUME

Il consiste pour une personne à effectuer une prestation pour une entreprise cliente. Celle-ci verse les honoraires qui lui sont facturés auprès d'une société de portage qui les reverse au consultant sous forme de salaire, après déduction des cotisations sociales patronales et salariales et d'une commission

¹ S'exprimait ainsi Renaud DUTREIL - extrait du Guide du créateur d'entreprise, édité en 2004 par le Ministère du Travail - après la promulgation de la Loi «LIE » sur l'Initiative Économique n° 2003-721 du 1er août 2003

Le principe

Il s'agit d'une relation triangulaire ou encore « tripartite » entre :

- Un prestataire « télétravailleur », non immatriculé sous statut d'entreprise individuelle - ou sous forme de société, qui trouve une mission à effectuer, dont il négocie seul les conditions et le prix avec un donneur d'ordre (ou plusieurs) : ne pouvant donc pas l'effectuer légalement, il s'adresse à une société de portage ;
- La société de portage qui va « porter » l'activité du prestataire en télétravail qu'elle salarie, facturer ses prestations au(x) donneur(s) d'ordre et les reverser au prestataire sous forme de salaire, déduction faite des charges sociales et de ses frais de gestion ;
- Le client qui peut ainsi faire réaliser la prestation souhaitée par l'intervenant choisi, tout en maîtrisant ses coûts d'exploitation.

Un cadre juridique spécifiquement adapté est mis en place par la société de portage pour organiser et gérer cette relation « tripartite ».

L'hébergement salarial constitue ainsi une nouvelle forme d'emploi différente, en alternative à l'intérim, au multisalariat et au groupement d'employeurs. Il s'adresse aux emplois qualifiés, voire très qualifiés ou nécessitant une autonomie forte du salarié qui se comporte de fait comme un « free-lance ».

La remarquable flexibilité qu'apporte la démarche du portage permet de débloquer de très nombreuses études, décisions et actions dans les entreprises.

Il s'agit donc d'un processus créateur d'emplois qui s'inscrit dans une dynamique de développement économique.

Comme on le disait souvent au temps de la conquête de l'or, c'est généralement celui qui vendait les pelles et les pioches qui s'enrichissait et non celui qui partait chercher l'or... Au-delà de l'humour, cette maxime vous rappelle qu'il est important de disposer d'équipements qui renforceront votre efficacité. Pensez donc à vous équiper correctement en investissant dès l'obtention de vos premiers contrats :

Ordinateur : optez pour un ordinateur portable, qui vous permettra de vous déplacer dans votre maison ou tout autre lieu et de travailler de façon nomade.

Téléphonie : ouvrez une ligne téléphonique distincte de la ligne personnelle. N'hésitez pas, selon vos activités, à investir dans un téléphone main libre ou un casque. Ils seront pratiques pour vous permettre de pianoter, écrire et parler à la fois.

Mobilier : pensez à disposer d'un mobilier de qualité avec une ergonomie adaptée, dotée d'une bonne orientation de l'éclairage, et aussi d'une porte qui vous isole du reste de la maison. Le confort du travail joue sur la qualité de celui-ci.

Sécurité informatique : sauvegardez régulièrement vos données. Même les meilleurs se sont faits avoir ! Pensez donc à faire des sauvegardes régulières et à installer un antivirus et un pare-feu (firewall) sur votre connexion Internet.

TROUVER DES CLIENTS





Lorsque vous débutez, le manque de confiance vous fait souvent dire : « Je ne suis pas bon commercial, je ne sais pas vendre. ».

Pourtant, si vous en êtes arrivé là (créer votre propre emploi), c'est que vous êtes convaincu de vos compétences.

Vous savez que la prestation sera de qualité puisque celui qui va la réaliser, c'est vous ! Cela doit donc faciliter votre relation client.

Si vous n'êtes pas convaincant, revenez sur les étapes précédentes et améliorez votre concept, en renforçant les points faibles, ou ciblez davantage vos prestations en ne proposant que ce que vous maîtrisez aujourd'hui.

Il ne servirait à rien de vendre quelque chose à laquelle vous ne croyez pas !

Une fois prêt, vous allez passer au concret en prospectant pour votre propre compte ; ce sera le meilleur moyen de tester la pertinence de vos services et de les repositionner si besoin.

Le nerf de la guerre est d'avoir des clients et non de faire de la production.

Passer de longues journées devant votre écran ne fera qu'augmenter votre fatigue et votre capacité à commercialiser vos services.

N'ayez pas qu'un seul client ; vous en seriez dépendant.

Surtout au début, la majeure partie de votre temps doit être consacrée au développement commercial, quitte à sous-traiter votre surplus d'activité.

35 € HT pour faire face aux charges... Surtout ne pas confondre le chiffre d'affaires et ce qu'il en reste après paiement des charges et autres raffinements de l'administration. Si vous devez baisser vos prix à titre exceptionnel, vous devez facturer un minimum de 20 € HT de l'heure. Ce montant est basé sur le salaire minimum brut multiplié par 2, puisque désormais vous prenez en compte vos charges (fixes, sociales...).

Ne jamais proposer des tarifs hors marché, ce qui vous dévaloriserait.



Consultez les sites web de vos confrères pour connaître les tarifs pratiqués, n'hésitez pas à les contacter directement de manière cordiale et directe pour obtenir ces informations et leur proposer de devenir partenaire à terme (complément de compétences, surplus d'activité...)

Estimer le temps à passer sur une mission est toujours délicat.

Si le projet vous semble important, fractionnez-le en plusieurs étapes intermédiaires et autant d'acomptes. Révisez le délai avec le client selon son avancement. Faites des points réguliers sur le temps passé et les difficultés rencontrées.

Il est préférable d'avoir peu de clients que beaucoup de mauvais payeurs. Ne vous laissez jamais intimider ; argumentez sur votre savoir-faire et votre indépendance.

Pour deviser au bon prix, mettez en avant les points ci-après :

- Votre professionnalisme, votre rigueur et votre proximité ;
- qu'à l'inverse d'un salarié vous avez une culture du résultat ;
- Que vous êtes rapide, efficace et respectez les délais (le temps est votre stock, vous savez le gérer !) ;
- Que vous n'avez pas peur d'effectuer des heures supplémentaires ;
- Que votre objectif est de fidéliser votre clientèle en proposant un service irréprochable et une disponibilité sans faille pour les satisfaire.

Rédigez votre argumentaire et adaptez-le à votre cible. Travailler d'abord sur votre zone géographique ; rencontrer les prospects est un très bon exercice en début d'activité.

Consultez un annuaire d'entreprises et faites des propositions d'envoi de devis sans engagement aux prospects de votre choix. **N'insistez pas sur le terme «télétravail»** qui peut faire peur, mais sur «sous-traitance» qui est souvent associé à du ponctuel.

Ecoutez et notez les objections de vos interlocuteurs, élaborer progressivement les contre-arguments et améliorez votre offre.

VOUS N'ÊTES PAS INTERESSE, POURQUOI?

Posez cette question lorsqu'un prospect vous dit « non ». Il y a toujours 4 objections qui reviennent tout le temps :

- Je n'ai pas de besoin.
- Je n'ai pas le temps.
- Je n'ai pas les moyens.
- Je sais faire/J'ai déjà.

Répondez par des phrases simples ou retournez une question pour lancer une discussion :

- Quels sont vos besoins ?
- Cela permettra de vous consacrer à votre activité principale.
- La qualité n'a pas de prix, vous avez raison ; mais pourquoi ne pas faire un premier essai sur un petit projet ?
- Je peux vous proposer de comparer mes services à votre solution existante, mon objectif étant que vous obteniez le meilleur rapport/qualité prix.

Répétez ainsi jusqu'à envoyer 50 devis et convenez pour chaque devis d'une date de relance.

Rappelez vos prospects et proposez une offre promotionnelle. Proposez leur des rendez-vous si nécessaire, pour instaurer la confiance (n'oubliez pas que vous n'avez pas de référence et que vous débutez).

Concentrez-vous sur une seule cible pour en comprendre le vocabulaire et les habitudes.

Précisez que vous êtes à votre compte et que vous **faites des prestations de qualité** pour fidéliser vos clients.

Travaillez votre résistance à l'échec et recommencez jusqu'à obtenir votre premier client.

N'oubliez pas qu'un prospect est une personne comme vous. Il préfère passer son temps à gagner de l'argent plutôt que de parler dépense. Vous devez lui proposer de mettre en place un partenariat gagnant-gagnant, de l'accompagner dans son développement et d'accroître sa productivité, voire sa rentabilité.

L'écoute et la relation humaine sont primordiales.

La confiance en vous est indispensable.



Quelles sont selon vous, en terme de communication, les choses à faire quand on démarre une activité ?

Lorsque l'on démarre son activité, il est important avant tout de construire une image positive de son entreprise. Néanmoins, avant toute démarche créative, il est important de connaître vraiment son activité et d'en synthétiser les forces et les faiblesses. Ce travail préparatoire aura pour but de mieux comprendre l'attente des clients potentiels. C'est un travail un peu rébarbatif, certes, mais qui permettra de maîtriser l'image que l'on veut donner de son activité, qu'elle soit commerciale ou non. Il est tout à fait possible de se faire aider durant cette phase par des consultants professionnels. Ils pourront en effet vous épauler, lors de cette phase pour mettre en place les outils les plus cohérents et les plus percutants en phase avec votre activité. Effectivement, la démarche communicante n'est pas la même si vous souhaitez par exemple accroître votre chiffre d'affaires, améliorer votre notoriété ou informer votre public cible sur la sortie d'un nouveau produit de votre gamme. Il faut toujours, et c'est une règle d'or que personnellement j'applique avec les clients qui me demandent conseil, adapter ses outils de communication en fonction des objectifs fixés et du résultat attendu.

Une fois les objectifs clairement identifiés, et ce, quels que soient les résultats attendus, il faut immanquablement construire son image. La construction d'une image positive ne passe pas uniquement par une démarche graphique créative, ce que l'on a beaucoup tendance à croire. Avoir un beau logo ne suffit pas. Il faut que tous les éléments de communication, le logo, la carte de visite, la charte graphique découlent d'une véritable démarche marketing. On en revient donc à l'importance du travail préparatoire. Il faut toujours veiller à être unique sur son marché, à se différencier de la concurrence. Cela peut se faire au travers du logo notamment. Il est vrai que pour une TPE, une PME ou même un indépendant, avoir un logo n'est pas foncièrement indispensable, il traduit

néanmoins une réelle démarche identitaire professionnelle. A la création du logo, de la carte de visite, il faut ajouter la création d'une charte graphique. Pour que l'image de l'activité soit positive et cohérente, il faut une unité graphique dans tous les documents de communication que l'entreprise pourra être amenée à créer : du communiqué de presse en passant par le journal interne, les flyers, les mailings, les documents commerciaux, le site Internet... C'est bien souvent là que le bât blesse. Combien de fois par jour on peut lire des documents illisibles car ils ne sont pas cohérents graphiquement, parce qu'il y a trop de couleurs ou que les polices ne sont pas bien utilisées. Là aussi faire appel à un professionnel de la communication peut vous faire gagner en efficacité.

Comment avoir le meilleur rapport qualité/prix ?

En terme de budget communication, il est parfois bien difficile de s'y retrouver. Il y a en effet pléthore d'agences de communication, d'indépendants qui proposent leurs services. Les tarifs peuvent varier quant à eux du simple, au double, voire au triple. Alors, comment se décider ? : privilégier le prix, la compétence et/ou les références ? L'une des clefs de la réussite en matière de communication est de savoir bien s'entourer. Bien souvent l'entrepreneur indépendant ou même le patron d'une TPE ou d'une PME se retrouve toujours au four et au moulin, et il est bien souvent le seul à gérer la communication. En effet, il n'est pas toujours facile d'embaucher une personne spécialisée pour gérer ce poste. C'est pourquoi faire appel à un prestataire extérieur, c'est, au-delà des compétences spécifiques et des services rendus, pouvoir sans aucun doute bénéficier d'un regard extérieur, d'aborder les problèmes sous un angle différent. Le prestataire facilite en cela la tâche du dirigeant.

Il faut néanmoins définir précisément le champ d'action du prestataire au sein de l'entreprise, comme par exemple concevoir des campagnes publicitaires, créer des documents commerciaux, gérer les relations publiques, prendre en charge l'organisation d'évènements....

Désormais, grâce aux nouvelles technologies et notamment grâce à Internet, bon nombre de prestataires proposent leurs services suite à une expérience en tant que cadre dans une entreprise. Ils connaissent donc très bien leurs problématiques, ce qui facilite grandement leur appréhension. Certains peuvent vous proposer les services d'une communication globale.

C'est-à-dire qu'ils sont à même de vous proposer une stratégie de communication en phase avec vos objectifs, de créer vos supports de communication, et de mettre en place des campagnes de relations presse en prenant ainsi en main de A à Z l'image de votre entreprise. Vous avez alors des solutions clefs en main. La solution la plus économique et la plus efficace selon moi, est de faire appel à un prestataire extérieur, indépendant. Pourquoi ? Parce que si vous faites appel, même à la plus petite agence de communication, les coûts seront toujours plus élevés. De plus, l'agence vous proposera les services d'un collaborateur junior, voire d'un stagiaire.

Le prestataire indépendant, lui, étant donné la légèreté de sa structure vous proposera des services adaptés à votre budget, et pourra intervenir de manière très réactive que ce soit de manière ponctuelle ou récurrente.

Il est également plus intéressant de privilégier un partenariat avec un prestataire sur le long terme. Pourquoi ? Tout simplement parce que le prix d'une prestation isolée est toujours plus chère, et la demande de devis ralentit toujours le processus de réalisation. De plus, dans un partenariat sur le long terme, le prestataire s'engage à fond et l'entreprise sait sur qui elle peut compter.

Quels types de supports privilégier ?

À l'ère du numérique, le support à privilégier est incontestablement Internet. En effet, pour un coût très limité, Internet offre de multiples possibilités. C'est un vecteur de communication très

économique, qui permet notamment de réduire les frais de fonctionnement. Par exemple, la mise en ligne des informations (journaux internes, documents publicitaires) permet d'économiser sur le poste impression et affranchissement. En plus, c'est bon pour la planète ! C'est un média, qui à mon sens, prend bien en compte les contraintes budgétaires des petites entreprises. Le télétravail, la mobilité font d'Internet l'outil n°1. C'est un moyen, pour les entreprises qui savent s'en servir, d'augmenter leurs performances sans avoir à investir des budgets importants.

Ce qu'il faut éviter ?

On ne peut pas dire qu'il y ait vraiment des choses à éviter en matière de communication si l'on prend les choses dans leur ensemble. Les erreurs viennent surtout du fait que bien souvent on ne prend pas le temps de définir clairement ses objectifs, de créer un plan de communication cohérent. On investit alors dans des domaines sans intérêt en termes d'image ou d'augmentation du chiffre d'affaires.

Prenons un exemple concret. Je démarre mon activité commerciale et j'ai un budget très limité à consacrer à la communication. Je veux avant tout me faire connaître. A priori quoi de mieux qu'Internet ? Je me lance donc dans la création d'un super site Internet. Oui, mais dans la bataille j'ai oublié une chose très importante : le référencement. Si je ne suis pas bien référencé, ma visibilité sur Internet sera quasi nulle ! Voilà une manière de ne pas optimiser son investissement de départ. C'est un exemple un peu extrême mais qui se rencontre tout de même assez régulièrement chez les personnes qui n'ont pas une véritable connaissance de l'outil. D'où parfois l'importance de se faire conseiller.

Après avoir personnellement franchi le pas, quel est votre premier bilan sur votre activité ?

J'ai démarré ma propre activité de conseil en communication il y a moins d'un an, afin de pouvoir concilier ma vie de famille et ma

vie professionnelle. A la suite de mes études à l'EFAP, et après une expérience de 4 ans en tant que responsable communication, je me suis lancée.

Il est vrai que devenir entrepreneur n'est pas si simple. J'avoue même que cela a été un peu le parcours du combattant, notamment pour toutes les formalités administratives. Mais le bilan de cette première année est plutôt positif. J'ai réussi à fidéliser mes clients grâce à la qualité de mon travail. Comme toute nouvelle entreprise, le plus dur est de se faire connaître, surtout dans un secteur où la concurrence fait rage. J'ai donc choisi de me démarquer en développant le concept de communication durable. Il s'agit en quelques mots, de sensibiliser les donneurs d'ordre à l'éco-conception de leurs supports de communication, à mettre en cohérence leurs activités de communication avec leurs discours d'engagement en matière notamment d'environnement, et à obtenir des résultats concrets en matière d'éco-conception auprès de leurs cibles (image entreprise et sensibilisation à la protection de l'environnement).

Lorsque l'on démarre, même si on a l'expérience et la connaissance de son métier, il est difficile parfois de faire valoir ses compétences lorsque l'on n'a pas des centaines de références prestigieuses. Néanmoins, la plus belle des récompenses est la satisfaction des clients qui m'ont fait confiance. Cela m'encourage à aller de l'avant et à poursuivre mon aventure entrepreneuriale.



LES PIEGES A EVITER





Depuis que le télétravail existe, des compagnies proposent de gagner beaucoup d'argent en restant chez soi et en travaillant à mi-temps. Méfiez-vous des propositions délirantes !

Certaines entreprises de mauvaise foi pourraient aussi profiter de votre manque d'expérience.

Par conséquent, ne travaillez jamais sans bon de commande ou contrat.

Organisez votre intervention en plusieurs étapes et fractionnez éventuellement les paiements à la fin de chaque étape. En cas de contestation sur la qualité de votre travail, vous rappellerez le nombre d'étapes qui ont été validées auparavant.

Selon la charge de travail à effectuer, n'hésitez pas à demander un acompte, même si cela nécessite un rendez-vous chez le client. La confiance doit être réciproque.

Et c'est un bon test pour vérifier la motivation du prospect (20 % à la commande, 40 % en milieu de mission et le solde à la livraison).

Enfin, pensez à gérer votre trésorerie en intégrant les taxes et charges à payer. Sachez que les erreurs de gestion constituent la première cause de mortalité des jeunes entreprises.

Vous avez dû voir ce genre de publicité sur Google-Yahoo-MSN.
« Ici télétravail à 3 000 € par mois en restant à la maison »

TRAVAILLEZ A DOMICILE

Gagnez de l'argent de chez vous !
Travaillez pour vous !
travailladomicile.fr/

Comment gagner 3000€/mois

Apprenez à gagner grâce à Internet
Astuce et méthode 100% Gratuites
www.easywebargent.com

Travaillez de chez VOUS

Augmentez vos revenus, temps choisi
Et plus, formation et suivi adaptés
www.travordi.com

Ceci est illustré par la photographie d'une famille au bord d'une piscine.



Les grands gagnants sont d'abord les vendeurs de ces magnifiques produits de bien-être et autres cures d'amaigrissement.

Citons cette enquête sur la société Herbalife qui est une société prospère.

Actuellement, une vidéo circule sur [Youtube](#). Elle explique comment gagner des fortunes en restant chez soi.

Son auteur est un très bon vendeur en marketing de réseau.

Il s'appelle, Patrick, vous pouvez l'appeler «Pat». Il est comme nous, il cherche à gagner plus d'argent.

Il vient de trouver une méthode extraordinaire et plutôt que d'envoyer des emails ou d'en faire un site web, il a décidé de diffuser une vidéo pour en parler.

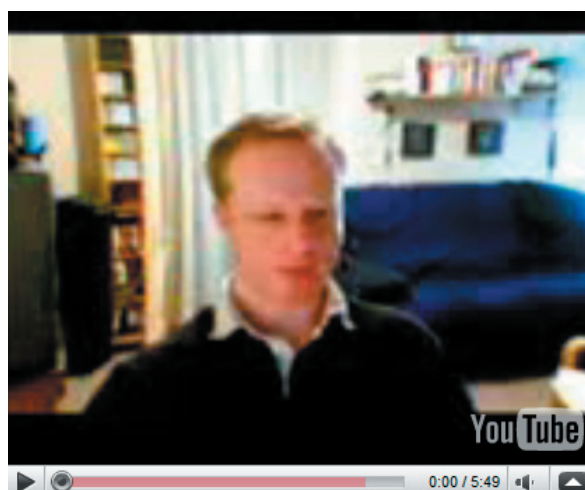
Extraits de son discours :

« Ce n'est pas un miracle, ni une arnaque, c'est juste mathématique, c'est en train de me changer ma vie, c'est fou. Pourquoi j'en parle ? Car le concept est de transmettre l'information à un maximum de personnes. Plus on participe, plus on gagne.... Cela fait 1 mois que je participe à ce programme, j'ai gagné 5600 €, en restant chez moi, en faisant fonctionner mon ordinateur. Cela va vous prendre à peine 1 heure et la mise de départ est de 5 €.

Vous n'avez ensuite qu'à attendre que l'argent arrive.

Je peux vous envoyer mon relevé de compte, si vous ne me croyez pas. C'est pour ça que j'ai fait une vidéo, tellement, j'ai été bouleversé. Le type qui a inventé ça ne devait pas être la moitié d'un con.

Ca vient des USA. C'est arrivé en France il y a quelques mois, profitez-en. Pour ceux qui douteraient du truc, je voudrais juste leur dire qu'ils sont libres de penser ce qu'ils veulent (ndlr : heureusement !), je ne suis pas là pour vous vendre quoi que ce soit, je suis juste là pour vous présenter une méthode. »



Ecrit par Benjamin METRAL, pour le site Keljob



Il serait si simple de transformer votre chambre d'ami en bureau : un ordinateur, une connexion Internet, un téléphone, et le tour est joué ! Pourtant, franchir ce pas est loin d'être évident.

La majorité est constituée d'indépendants, mais le télétravail gagne aussi les salariés : informaticiens, comptables, secrétaires, rédacteurs...

Tous les métiers dont les tâches consistent à traiter des informations sont potentiellement concernés. Néanmoins, les employeurs restent assez frileux face à ce mode de collaboration, sans doute par peur de perdre le contrôle sur une main-d'œuvre éparpillée.

Voici quelques arguments à considérer avant de demander à votre entreprise de ne plus la fréquenter au quotidien.

- Gare aux distractions chronophages.
- Puisque vous êtes à la maison, votre famille trouvera tout à fait normal que vous mettiez les lessives en route et que vous prépariez le dîner du soir. Et si vous vivez seul, les amis se chargeront de vous faire culpabiliser sur votre manque de disponibilité pour déménager un « petit canapé » alors que vous êtes « à la maison »... Tenez bon car le mélange des genres est périlleux.
- Imposez-vous d'emblée des règles strictes et refusez les distractions.
- Sinon, à vous le travail en nocturne, le soir et les week-ends pour rattraper les heures perdues : l'isolement du « tout virtuel ».
- Les e-mails et les coups de téléphone, c'est bien, mais les contacts humains ce n'est pas mal non plus.
- L'homme est un « animal social » et le manque de relations socioprofessionnelles peut créer un sentiment d'isolement.



Vous semblez dire que les réseaux sociaux (LinkedIn, Viadéo) ne sont pas d'un grand usage : est-ce un point de vue personnel ou une recommandation que vous donnez aux internautes pour qu'il gagne en efficacité par rapport au temps passé devant leurs écrans ?

C'est un peu délicat, d'autant plus que certaines de vos relations ou des relations de vos relations (c'est le principe de fonctionnement de ces sites) peuvent vous demander à rentrer en contact avec des membres déjà très sollicités de votre réseau, qui n'ont peut être pas envie de l'être encore plus.

Cela étant, je pense que ces sites peuvent être très utiles dans un grand nombre de professions pour toutes sortes d'utilisations, pour trouver des clients, des fournisseurs ou rechercher un emploi. Je commence à les utiliser un peu plus pour, notamment, faire la promotion de mon livre et communiquer de manière plus large sur mon profil et mes compétences. En fait, le principal reproche que je fais à ces sites est d'être « fermés », c'est-à-dire que, une fois que vous êtes enregistré sur l'un d'entre eux, vous devez gérer tout votre réseau à partir de sa plate-forme. Ils ne sont pas interopérables entre eux.

Et comme vos contacts peuvent être déjà utilisateurs d'autres plates-formes, cela complique un peu les choses. Je rêverais moi d'un outil beaucoup plus « ouvert ». Il me semble aussi qu'il ne faut pas se tromper sur leur intérêt. Ils ne constituent pas la panacée pour se créer un réseau. Ils sont plutôt pour moi un moyen pour optimiser et développer un réseau préexistant.

TEMOIGNAGES



Interview de Nathalie BOUFFET, Agsp



La téléprospection consiste à contacter des prospects afin d'obtenir des rendez-vous pour une force de vente, elle se décline parfois en vente directe mais le plus souvent il n'y a pas d'acte commercial, ce qui la différencie du télémarketing, où là l'objet de l'appel est de vendre un produit, une prestation ou un service.

Comment mesurer la difficulté d'une mission de prise de rendez-vous ?

En tenant compte du temps passé en heures de travail et non en nombre d'appels.

Comment évaluer le prix d'une téléprospection ?

Le prix doit tenir compte de plusieurs critères :

- si le fichier de prospection est fourni,
- la zone géographique à couvrir,
- le nombre de rendez-vous à obtenir,
- le ratio nombre d'appels / nombre de rendez-vous,
- si le client propose une formation à ses produits et services...

Que penses-tu de la concurrence ?

La qualité de la prestation, la qualité d'écoute du client et le sens commercial pour bien se vendre sont des atouts majeurs. Les centres d'appels offshores (Tunisie, Maroc...) doivent faire du volume pour être rentables. Mes clients ne veulent pas forcément avoir 30 rendez-vous par semaine, donc il existe un marché pour chacun de nous.

Quelle est ta valeur ajoutée ?

Avoir des idées pour faire évoluer la démarche de prospection. Le client est Roi mais il ne sait pas tout et surtout il ne connaît pas forcément le métier. Un jour, un prospect m'a dit qu'il était possible, en théorie, de téléphoner 8 heures par jour. Je n'aimerais pas être le dernier de la liste à être contacté. Il faut rester souriant, dynamique et efficace. Je considère que 3 heures d'appels est le temps moyen à consacrer à la même téléprospection.

Quels sont tes outils ?

Yahoo ! Je crée un agenda on line et partage les codes d'accès pour pouvoir collaborer en ligne. C'est simple et gratuit. Ne travaillant pas sur le volume mais sur la qualité des rendez-vous, je n'ai pas besoin d'autre outil pour le moment hormis une bonne liaison ADSL que je prends chez Orange.

Comment se déroule une journée type ?

La journée commence à la fin de la précédente ! Quotidiennement j'organise mon planning : 2 heures client X, 2 heures client Y, 2 heures clients Z et ainsi de suite. Lorsqu'il y a des trous, on fait de la paperasse ☺

Es-tu heureuse dans ton travail ?

Il faut avant tout aimer le téléphone, l'outil qu'il représente, il faut savoir sourire au téléphone, avoir de la conversation et jouer un peu les « psys » quand le client a besoin de parler, noter les informations qu'il donne pour pouvoir lui en reparler lors d'un autre appel.

Un exemple de dialogue personnalisé ?

J'apprends que le prospect doit se marier en juin, je vais le rappeler en juillet pour le féliciter et lancer une discussion sur son voyage de noces. La conversation sera très perso au départ, mais il sera tellement surpris que je suis certaine d'obtenir ce que je veux, à savoir le rendez-vous.

Quel conseil donnerais-tu à quelqu'un qui souhaiterait faire la même activité ?

Plusieurs :

- Être pro avant tout ;
- Ne pas se sous-vendre (chacun a sa valeur et il ne faut pas se sous-estimer pour obtenir un marché ; chaque travail mérite salaire, même un test) ;
- Faire comprendre au client que les risques sont partagés et que lui aussi doit s'investir dans la mission ;
- N'accepter la rémunération au rendez-vous qu'en dernière alternative ;
- S'attacher à satisfaire le client en permanence ;
- Lui proposer des nouvelles idées de prospection ;
- Savoir critiquer son argumentaire ;
- Savoir s'entourer d'autres téléprospecteurs performants, fiables et efficaces ;
- Savoir écouter les clients tout en les amenant à comprendre son point de vue ;
- Ne pas prendre plus de missions que son agenda lui permet ;
- Eviter, autant que faire se peut, de sous-traiter sans avoir émis soi-même un certain nombre d'appels.

Je lui conseillerais de faire preuve de convivialité. La confiance se mérite mais se gagne aussi. A chacun de faire un premier pas pour s'assurer d'avoir des retours sur investissement.

Beaucoup pensent qu'il est facile de faire du télétravail en se lançant dans le secrétariat à domicile. Voici l'exemple de Virginie Laget, 33 ans, mariée, 2 enfants,

qui habite un petit village de montagne dans les Hautes-Pyrénées.

Quel est ton parcours ?

Bac scientifique, 2 ans d'école de commerce avortée, très tôt sur le marché du travail comme téléprospectrice, hôtesse d'accueil, commerciale sédentaire, assistante de direction internationale, chargée pôle client grand compte... sur Paris et, déménagement au vert puis création de Tout en Aure.

Comment pratiques-tu le télétravail ?

Au départ, j'ai un peu tâtonné, je voulais faire du télésecrétariat simple mais j'avais pour but de me faire un vrai salaire et d'en vivre et les clients étaient difficiles à démarcher.

Je me suis orientée vers la prospection téléphonique car c'est un métier que je connais, je sais me vendre au téléphone et utiliser cette compétence pour mes clients.

Et enfin, je sais former des gens à ce métier donc j'avais une bonne perspective de développement.

Je suis bilingue donc je complète par de la traduction, et là encore je réalise moi-même le travail et j'emploie des indépendants pour les langues que je ne maîtrise pas.

Ta société est en zone rurale : quels sont les avantages et inconvénients ?

Des avantages financiers : pas d'impôts pendant 4 ans puis dégressivité des prélèvements, moins de charges salariales et patronales sur les premières embauches.

Par contre, bosser en local, surtout dans mon département c'est très, très difficile ; le service n'est pas une bonne valeur marchande, les artisans et commerçants n'ont que peu besoin de mes services.

Il faut donc obligatoirement tabler sur du marché national ou international.

Comment définir le télésecrétariat ?

Qu'est-ce qui marche ? Que demandent tes clients ?

C'est le fait de suppléer à plusieurs activités au sein de l'entreprise : celles de secrétariat, donc la réception d'appels, la prise de rdv, de messages, la rédaction de devis aussi, de courriers, la facturation parfois.

Ce sont également les activités commerciales comme le phoning pour la prise de rendez-vous, la qualification de fichier...

Mes clients me demandent deux choses : être polyvalente et intelligente, quel que soit le domaine.

Nous avons un outil web pour mieux correspondre avec eux en ce qui concerne la prise de rendez-vous, la réception d'appel et le phoning. Ainsi, nous centralisons au maximum les informations et évitons les mails multiples, les ressaisies et erreurs éventuelles.

Est-ce que le fait de travailler avec ton conjoint est un problème ou un atout ?

Normalement c'est un problème, je le déconseille... sauf que, pour moi, cela a fonctionné.

Mais parce que nous avons deux activités différentes ; lui fait du consulting dans le domaine du web et du conseil aux entreprises. Il m'aide dans mes tâches administratives, il est de bon conseil dans la gestion du personnel et a l'habitude de travailler à domicile...

Comment concilies-tu vie privée et vie professionnelle ?

Pour une femme qui aime s'occuper de son foyer et de ses enfants, il est difficile de s'aménager des plages horaires de travail.

A son bureau, on pense à son linge, à son ménage, aux enfants, etc.

Alors soit on a un conjoint qui fait tout ça et on peut s'en détacher, soit... cela prend la tête ! L'inverse vaut également : quand on s'occupe de son chez soi, on pense à la facturation en retard, à la rentabilité, aux clients qui partent et à ceux qui tardent à arriver !

Tout cela n'est pas simple ; être chef d'entreprise ou à son compte est déjà une sacrée aventure, alors faire tout cela au même endroit....

Quels sont tes conseils aux futurs Cyberworkers ?

Le nerf de la guerre, c'est le commercial, les clients.

Donc, il faut savoir investir son temps et son argent pour avoir des bases solides.

En télésecrétariat, il faut comme partout être réaliste côté tarifs, on travaille pour manger mais pas à n'importe quel prix.

Le temps passé avec un client est important, mais trop de temps tue la marge. Il faut savoir dire non, voire même virer un client trop « galère ».

Celui qui chipote pour chaque facture, qui n'est jamais content de la qualité, qui appelle 10 fois par jour, pour un résultat de 250 € par mois, moi je ne le garde pas.

Un conseil tout bête : c'est le calcul de rentabilité. Se faire une grille et y inscrire heure par heure, chaque jour, pour quel client on travaille et pour quel motif. A la fin du mois, on regarde combien d'heures on passe sur chaque client et combien rapporte l'heure travaillée pour ce dernier, y compris le temps passé au téléphone, en facturation, etc.

Quels sont tes résultats ?

Sur ma première année d'activité, j'ai fait 100.000 € de C.A. mais cela comprend l'activité de mon mari.

Donc, sur le télésecrétariat, cela donne environ 40.000 €.

Là, je clôture ma deuxième année en juin ; on devrait faire 140.000 € en tout mais avec au moins 90.000 € pour mon activité.

Mais attention, j'ai des employés et de la sous-traitance, je ne suis pas toute seule pour faire ce chiffre d'affaires !



Interview de Nicole TURBE- SUETENS



Peux-tu te présenter ?

J'ai une double formation : école de commerce et DEA en théorie des organisations. Ma vie professionnelle peut globalement se découper en trois grandes parties pour simplifier les choses : une partie de profession libérale comme consultant en management, une partie chez IBM France et IBM Europe et une partie comme dirigeante de Distance Expert ; cabinet de conseil. J'ai une grande expérience de l'international (Europe, Amérique du Nord et Asie) et donc aussi des relations multiculturelles. Cela fait 10 ans que je suis expert auprès de la Commission européenne et que je travaille dans des projets de recherche européens. Les sujets sur lesquels je travaille actuellement sont l'emploi des seniors et les relations intergénérationnelles comme champ d'application du travail collaboratif. Le télétravail reste un sujet de toile de fond sur lequel je me suis investie depuis 1993 et pour lequel j'ai participé aux deux missions gouvernementales.

Depuis combien de temps travailles-tu sur des projets « télétravail » ?

Depuis 1993 lorsque j'ai été détachée à la [Mission Breton](#) par IBM. C'est d'ailleurs dans ce cadre que j'ai animé le groupe de travail qui a mis en place les premiers bureaux partagés chez IBM en 1994. Entre 1997 et 2003 j'ai participé à de nombreux projets européens consacrés à ce sujet et j'en ai dirigé un qui avait pour objet de faire du transfert de méthodologie de mise en œuvre du télétravail dans 5 pays d'Europe de l'Est. Ensuite, j'ai toujours été pionnière dans l'utilisation des nouvelles technologies qui permettaient d'améliorer les conditions de travail à distance. Cela continue d'ailleurs actuellement avec le projet [eSangathan](#)

que je dirige et qui a pour objet de considérer le travail collaboratif comme un atout de maintien dans l'emploi des seniors et d'amélioration de leur équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle.

Concrètement que peut-on dire du télétravail salarié en France ?

Ce que l'on dit depuis longtemps et qui malheureusement ne bouge guère : les managers français n'aiment pas le télétravail et de plus en plus de salariés souhaiteraient pouvoir télétravailler s'ils étaient sûrs de ne pas se marginaliser en optant pour ce choix d'organisation du travail. On peut donc se demander pourquoi les managers français sont aussi réticents.

Je pense qu'il y a plusieurs raisons que je vais essayer de synthétiser :

- Il est très rare que l'impulsion vienne de la direction générale.
- Les managers vivent dans l'obsession du contrôle comme si c'était la finalité principale de leur rôle.
- Un grand nombre de dirigeants et de managers sont issus des écoles d'ingénieur qui sont historiquement construites sur un modèle militaire où la relation hiérarchique traditionnelle est le modèle dominant. Les cursus ont évolué ; mais trop récemment pour que les effets se sentent dans le management des organisations. Quant à ceux qui sont issus des écoles de commerce, l'accent a généralement été mis sur la finance plutôt que sur les subtilités des organisations et des relations humaines.
- Les systèmes par objectifs sont encore trop souvent gérés de manière approximative ou laxiste plutôt que comme un réel outil de management et de mesure et d'appréciation des performances.
- La relation de confiance est pauvre dans le monde du travail.
- Les dirigeants n'ont pas compris qu'offrir de la qualité de vie choisie à un salarié avait un retour immédiat en termes de

motivation et de productivité.

- Les entreprises vivent encore dans le vieux schéma de la fierté de leurs locaux plutôt que dans le souci de l'économie et de l'efficacité des déplacements avec une finalité éco-responsable.
- La maîtrise des outils technologiques avancés et le développement des usages du fonctionnement à distance ne sont pas suffisamment développés.
- Il y a extrêmement peu d'accords signés avec les partenaires sociaux et donc un développement harmonieux, respectueux des droits et devoirs de chacune des deux parties ne peut pas se faire.

Tout cela combiné ne favorise pas le développement d'un télétravail organisé et encadré. Par contre, cela favorise ce que la France connaît : un télétravail gris, informel, à la tête du client ou selon les impératifs du moment.

Il n'est donc pas étonnant que d'aucuns trouvent qu'il est difficile de mesurer les retours sur investissement du télétravail, puisque les conditions élémentaires qui permettraient de le faire ne sont pas mises en place.

L'introduction du télétravail est un choix stratégique d'organisation qui suppose des changements profonds dans l'aménagement des lieux de travail, l'alignement des processus et des outils, la communication latérale et hiérarchique et surtout les méthodes et critères d'évaluation à partir de définition de postes de travail parfaitement décrites.

Une grande majorité des entreprises françaises¹ sont loin de ce schéma et celles qui pourraient le faire se posent généralement encore la question dépassée de « contrôle ». Non pas que le contrôle soit dépassé ; mais la manière de l'exercer physiquement n'est plus de ce temps.

¹ Ne perdons pas de vue que sur 1.745.754 entreprises répertoriées au 1 janvier 2007, il n'y en a que 2.460 qui ont plus de 500 salariés et 7.160 qui ont plus de 200 salariés

Donc, lorsque ce critère de différence culturelle est évoqué comme frein au développement du télétravail, ne nous leurrions pas, il s'agit uniquement de la culture managériale.

Par rapport aux autres pays ?

Actuellement cela devient difficile à dire avec précision, du fait qu'il n'y a plus rien qui soit mesuré au niveau européen depuis le projet [SIBIS](#) dont les derniers chiffres remontent à 2003. En France, les derniers chiffres officiels datent d'août 2004 et résultaient d'une étude spéciale de la DARES pour le rapport qui a été remis au ministre en décembre 2004. Depuis plus rien puisque cela n'intéresse personne. Donc, il faut maintenant trouver des sources fiables au cas par cas pour se faire une idée et se positionner.

Prenons un cas plus qu'intéressant : celui de la Grande-Bretagne. Le pourcentage d'employeurs offrant la possibilité de télétravailler est passé de 11 % à 46% entre 2004 et 2007¹. Bien sûr, cela ne veut pas dire que tout le monde choisit ce mode d'organisation. Mais cela veut bien dire que les employeurs ne rechignent pas du tout à proposer le télétravail.

Ce qui est encore plus intéressant est de regarder de près les raisons pour lesquelles ils proposent le télétravail à leurs employés : éviter les temps de trajets non productifs, le niveau de qualité des transports en commun, le fait que beaucoup de salariés habitent de plus en plus loin à cause du coût du logement et le souci de l'environnement. Penser que, nous Français, vivant dans les grandes villes, ne sommes pas concernés par les mêmes sujets fait sourire. Il suffit pour cela de relire l'interview de cette employée de la ville de Bobigny qui relatait dans le journal *Le Monde* son parcours du combattant quotidien pour se rendre à son travail alors que son métier lui permettrait de travailler chez elle.

De la même manière, la fonction publique espagnole encourage le télétravail depuis 2006. On peut trouver sur [le site du ministère de la fonction publique](#) tout ce qui concerne le télétravail ainsi qu'un manuel et un exemple d'accord. Les raisons pour lesquelles cette

¹Fit for Business- Employment trends survey 2007, CBI (Confederation of Business Industry)

décision a été prise sont simples : un fonctionnaire est plus motivé et donc plus productif s'il peut organiser son travail en équilibrant mieux sa vie privée. Et, ma foi, en cela, il n'est jamais qu'un salarié comme un autre. C'est-à-dire un être humain qui recherche le meilleur équilibre de vie possible tout en travaillant.

Autre exemple extrêmement intéressant qui nous montre que nous devrions secouer notre torpeur est celui des [fonctionnaires flamands](#) qui n'ont plus ni bureau individuel, ni ordinateur ou téléphone fixe dans leur nouvel immeuble [Ellipse](#) à Bruxelles.

Et nous pourrions continuer ainsi ; mais c'est inutile car les exemples des organisations qui se transforment en pensant à leurs salariés existent partout autour de nous en Europe sans même avoir besoin d'aller aux Etats-Unis. Ce qu'il faut, c'est de la volonté stratégique et politique. Tout le reste existe, et les freins ne sont que chez ceux qui en parlent pour éviter de se remettre en cause.

Les télécentres quelle utilité, quel retour selon toi ?

Bonne question ! A quoi et à qui un télécentre peut-il être utile ? La réponse élémentaire est de dire qu'il est justifié s'il offre des moyens et ressources qui ne sont pas accessibles autrement au télétravailleur. Cela veut dire d'emblée qu'il doit continuellement se remettre en cause au fil des évolutions technologiques. Prenons un exemple : celui de la visioconférence. Nous devons être quelques-uns à nous souvenir de l'inauguration du [Téléspace Vercors](#) à Villard-de-Lans à la fin des années 90 ; la salle de visioconférence était le joyau de l'offre de ce télécentre. Aujourd'hui, à l'heure où tous nous pouvons faire nos visios, utiliser la voix sur IP et chatter gratuitement sur notre ordinateur personnel grâce à Skype, une telle offre n'est plus justifiée. Sauf, si vous vous trouvez dans une zone où vous n'avez toujours pas d'offre de haut débit et si vous ne possédez pas d'ordinateur. Mais dans ce cas, il y a peu de chances que vous soyez un télétravailleur. Un des premiers critères de

choix de lieu de vie d'un télétravailleur est la qualité du débit qui est offerte.

Ceci distingue donc bien le télécentre de l'EPN ([Espace Public Numérique](#)) que certains ont tendance à considérer comme synonyme.

Ici, nous nous centrons sur le télétravailleur et ses besoins. A mon avis le télécentre n'est utile pour lui que dans deux cas de figure :

- De manière permanente s'il ne peut pas ou ne veut pas travailler chez lui et que le télécentre lui offre une solution plus pratique que le lieu de travail proposé par son employeur. Encore faut-il que son employeur soit d'accord et y trouve un avantage économique. Dans ce cas, assez difficile à justifier, il faudra de toutes les manières qu'il retourne régulièrement dans son entreprise.
- Une alternative au cas ci-dessus est lorsque l'employeur ferme l'établissement et que le salarié ne veut pas ou ne peut pas travailler chez lui. Là, encore ce sera sujet à négociation.
- Le cas le plus courant sera celui d'une utilisation ponctuelle pour utiliser une ressource dont le télétravailleur ne dispose pas à son domicile. Il peut s'agir d'une ressource immobilière comme une salle de réunion ou d'une ressource technologique particulière. Tout en sachant qu'à la vitesse à laquelle les technologies et les usages évoluent, l'offre du télécentre devra être assez dynamique.

Un autre cas d'espèce est celui de bureaux ou centres satellites d'un employeur comme le cas des bureaux de proximité d'IBM en Ile-de-France, comme les centres délocalisés sur le territoire des fonctionnaires flamands ou ceux de l'administration américaine (GSA). Mais dans ce cas, c'est l'entreprise ou l'administration qui

gèrent eux-mêmes et ils n'ont donc pas recours à des télécentres extérieurs.

Par contre, le sujet peut retrouver un intérêt dans une société où il y a de nombreux télétravailleurs éparpillés sur un territoire que l'on appellera « micropôle » et où le Business Community Center (BCC) devient un lieu de tissage de liens et de socialisation comme nous en parlent les auteurs du [blog Future of Work](#).



Interview de Stéphane Jean BOURHIS, Red-Act



Comment en es-tu venu à créer ton entreprise ?

Mon parcours est complexe, mais c'est avant tout celui d'un autodidacte.

Tout cela m'a amené à me façonner en me confrontant à l'ensemble des réalités sociales du pays. J'ai donc appris à saisir les opportunités, mais aussi à les créer. Aussi, après un début de carrière dans le domaine des collectivités locales et de l'action publique, j'ai choisi en 2004 d'initier la création de « ma petite entreprise ».

Red-Act, c'est son nom, est donc l'alliance naturelle des réseaux (« red » en espagnol), de l'action (« act » en anglais), le tout afin de mettre en place des stratégies de communication et d'apporter des contenus rédactionnels en réponse aux besoins des collectivités, entreprises, agences de communications, freelance, et particuliers.

Et le télétravail dans tout cela ?

La passion qui était la mienne pour les Nouvelles Technologies d'Information et de Communication, la maîtrise de l'outil Internet m'ont immédiatement orienté vers le télétravail. Il s'agissait pour moi de générer à mon niveau une « nouvelle façon de travailler ». Pour être clair, trouver les moyens d'éviter le stress des horaires, des embouteillages, la routine du quotidien tout en générant une activité professionnelle croissante et rentable.

J'ai donc commencé simplement depuis mon appartement, en profitant du haut-débit. Il m'a fallu ensuite faire connaître mon entreprise ce qui fut fait le biais d'un site Internet, mais aussi de campagnes de promotion dématérialisée. En clair, une prospection,

par mail, pdf, etc. Aujourd'hui, je poursuis aussi cela par le biais d'un [blog](#).

Un parcours du combattant ?

Oui et non. Bien entendu, j'ai échangé certains stress contre d'autres. Outre l'aspect administratif, qui reste encore un frein à l'initiative individuelle, j'ai très vite compris et fait partager l'intérêt pour les entreprises de faire appels à mes services. Externalisé, je n'occupe aucune place dans les entreprises qui usent de mes services, elles n'ont pas besoin d'assurer le paiement de mes charges ou d'un salaire lorsque je ne leur suis pas pleinement utile. Elles savent pouvoir compter sur moi, quand il faut et comme il faut. En bref, le télétravail est là un marché gagnant-gagnant pour l'entreprise et pour le télétravailleur.

Comment le vit-on en terme d'image ?

Bien, même s'il reste en France, des révolutions culturelles à faire. Le fait que je travaille « chez moi » brouille parfois la perception des gens. Là, il faut que cela change. L'image et du télétravailleur mérite d'être valorisée et professionnellement soutenue.

En effet, les entreprises doivent, par exemple, comprendre que ce n'est pas parce qu'un salarié a pointé ou qu'un cadre quitte son bureau à 20 heures qu'ils ont, tous deux, été pleinement rentables ou utiles à la société qui les emploient. Il faut rebâtir les contrats de travail pour qu'ils soient non des contrats de défiance, mais bien des contrats de confiance naturelle. Je m'explique, ce n'est pas parce qu'on a l'œil rivé sur un salarié qu'il est plus performant et en plus tant que l'on surveille ce dernier, on perd un temps pour faire autre chose.

Vous me direz que moi, je ne suis pas salarié et vous avez raison. Mais je dois vous dire que je pense que certaines entreprises

gagneraient demain à permettre à certains de leurs cadres ou employés de démarrer une carrière de télétravailleur salarié.

Pour ma part, ma philosophie est claire : tout télétravailleur indépendant reste avant tout un professionnel de son métier, il doit donc savoir que la qualité du travail fourni, le respect des délais et la satisfaction des clients sont des engagements primordiaux. Pour ma part, je rends ainsi mes clients attentifs aux moyens que je mets en œuvre pour répondre à leurs besoins. Seule doit là compter ensuite leur satisfaction. Je n'oublie pas qu'ils seront, demain, mes premières références.

Quel est pour toi l'avenir du télétravail ?

Le choix du télétravail est avant tout un choix de la responsabilité, voire de l'autoresponsabilité. Alors quel avenir ? Technologiquement, tout reste à faire, de la vidéo aux avatars tels que nous en avons vu évoluer dans les séries de Science Fiction, il y a encore de progrès à faire. J'ai pour ma part testé les mondes virtuels et Second Life en particulier. Je m'imagine assez demain, prendre un « brief » ou participer virtuellement à une réunion stratégique, moi en Alsace et mon client dans ses locaux, à Paris, Beaune, Clermont Ferrand ou ailleurs. Economiquement, je pense que le télétravail garantit une flexibilité et une adaptabilité. Or ces valeurs sont aujourd'hui des atouts pour les entreprises qui le comprendront les premières. Statutairement, là, je crois que le pouvoir public pourrait accompagner le développement du télétravail autant par des mesures d'encouragement en raison de l'impact sur l'économie et l'environnement que par une reconnaissance et une certification des télétravailleurs. Après la compétence et le marché feront le reste. L'ère du télétravail ne fait donc que commencer.

Justement, a-t-on encore une vie privée lorsque l'on est télétravailleur ?

Oui, bien sûr et elle est vitale, comme la vie sociale d'ailleurs. C'est

juste une question d'organisation. Il n'y a pas de libertés sans contraintes, mais pas, non plus de contraintes sans la nécessité d'une grande liberté. Cette liberté, c'est justement la vie privée et la gestion du temps.

Sans vouloir plagier une série TV de la fin des années 60, l'avantage du télétravailleur, c'est justement de ne pas être un numéro mais bien un homme (ou une femme) libre ¹.



¹ Allusion à la série « Le Prisonnier » créée par George Markstein et Patrick McGoohan

Interview de Xavier DE MAZENOD, ZeVillage



Peux-tu te présenter, présenter ton parcours ?

J'ai été journaliste professionnel pendant 14 ans, dans la presse écrite puis je suis tombé dans le monde du Web que j'ai découvert en 1994. En 1996, j'ai créé une webagency pour monter des projets éditoriaux en ligne.

J'ai eu la chance de débiter dans ce milieu à une époque de pionnier.

J'ai donc pu découvrir les métiers et les usages du Web en cours d'élaboration. Après cette période de découverte, après la folie de la « bulle » où tout semblait possible, après une fusion, j'ai recréé une société de conseil aux entreprises, Adverbe (www.adverbe.com), pour me concentrer sur les aspects éditoriaux et la communication par le Web : conseil éditorial, gestion de son image et de sa réputation en ligne, adoption des usages participatifs issus de la tendance du Web 2.0.

Depuis combien de temps es-tu en télétravail ?

Dès 1994, je me suis intéressé au télétravail de manière pragmatique en gérant une partie de mon travail à distance. A l'époque, j'utilisais surtout le téléphone et le fax et l'email, de manière marginale.

Puis l'ADSL est arrivé et, petit à petit, des outils de plus en plus collaboratifs. Depuis le simple blog privé ou le wiki pour échanger des informations, les systèmes pour envoyer des fichiers lourds ou les outils de téléphonie/visio sur Internet jusqu'aux plates-formes collaboratives plus sophistiquées.

A la fin des années 90, mon bureau était installé dans une cabane,

dans mon jardin de Nanterre, à côté de Paris. Un jour je me suis rendu compte que je pouvais passer toute la semaine sans aller à Paris. Pourquoi pas habiter ailleurs, un vieux projet familial jusque là impossible ?

Au moment où j'ai créé Adverbe, en 2003, nous avons pris la décision de quitter la ville. Nous avons alors trouvé la maison de nos rêves sur Internet. Ce fut donc la campagne normande, dans l'Orne. Heureusement, le Conseil général venait de lancer un plan d'équipement haut débit (avec la technologie sans fil Wimax) de la totalité de son territoire. La condition pour pouvoir travailler. Depuis, non seulement je télétravaille mais en plus je conseille les entreprises pour adopter ce mode de travail collaboratif à distance.

Peux-tu nous expliquer en quoi consiste Zevillage ?

Quand nous avons quitté la région parisienne, nous avons fait beaucoup d'envieux. Je me suis alors demandé pourquoi ils ne passaient pas à l'acte. Et j'ai constaté que la plupart des candidats au départ avaient peur de l'inconnu. J'ai donc créé un projet d'accueil baptisé Zevillage, doté d'un site web (www.zevillage.net), destiné à faciliter l'installation de télétravailleurs dans le département de l'Orne.

Nous aidons les candidats, si besoin, dans toutes leurs démarches et nous les faisons parrainer par un élu local qui est leur référent pour toutes les questions liées à leur installation. Parallèlement, j'ai créé un club professionnel informel (près de 90 membres aujourd'hui) constitué de nouveaux habitants et d'anciens, afin de faciliter l'intégration professionnelle et pour servir d'entraide technique ou commerciale.

En 3 ans, nous avons reçu environ 160 demandes d'installation « sérieuses » qui ont abouti à une dizaine de visites du territoire et

à 5 installations.

C'est peu à l'échelle du pays mais c'est énorme à l'échelle de notre communauté de communes. A noter que nous sommes bénévoles, sans structure et sans budget. Si, à partir du laboratoire de Zevillage les territoires ruraux engageaient ce genre de démarches d'accueil pour attirer des télétravailleurs, cela contribuerait à régler les problèmes d'aménagement du territoire...

Si l'on en juge par un sondage BVA de 2007, 8 millions de citoyens désireraient quitter la ville. Les territoires ruraux ont un beau vivier de prospects s'ils veulent bien créer les conditions d'accueil. Malheureusement, les élus locaux méconnaissent souvent les besoins de ces « rurbains » télétravailleurs. La première chose que les candidats demandent avant de s'installer c'est la qualité de la connexion à l'Internet. Pas les subventions existantes ni les exonérations ni l'adresse du supermarché le plus proche. Non, la qualité du débit. Pour aménager leurs territoires ruraux les élus devraient penser très vite à l'équipement en fibre optique. D'autant que le déploiement en ville est commencé. C'est au moins aussi important que les autoroutes à camions, si ce n'est plus, car la fibre permet d'éviter des déplacements physiques.

Quelles sont les difficultés que l'on peut rencontrer pour télétravailler à la campagne ?

Vivre à la campagne ce n'est pas un problème si c'est un choix, un projet de vie. C'est plus simple, moins cher qu'en ville pour la plupart des détails de la vie. Sauf pour les déplacements car, hormis les transports scolaires, il n'existe pas ou peu de transports en commun à la campagne.

Télétravailler, contrairement à une idée reçue, ce n'est pas être isolé, à condition de vouloir échanger avec les autres et de s'organiser. C'est assez facile pour les indépendants qui télétravaillent car,

par nature, ils savent travailler de manière autonome. C'est plus complexe pour des télétravailleurs salariés pour lesquels il faut prendre plus de précautions.

Il faut d'abord qu'ils soient volontaires et ne pas leur donner l'impression qu'on les met sur une voie de garage hors de l'entreprise. Il faut régler les questions juridiques (avenant au contrat de travail) pour déterminer le cadre du travail, les horaires, la prise en charge des assurances ou de l'ordinateur, etc. Et puis former les futurs télétravailleurs à l'utilisation des outils de travail à distance.

Et puis, pour maintenir le lien social, il peut être souhaitable d'organiser des rencontres physiques régulières. Pas pour travailler mais plutôt pour assurer la fonction « machine à café » de l'entreprise.

Pour les indépendants, la grande difficulté c'est souvent l'action commerciale. Ce problème existe aussi en ville mais il est peut-être plus criant à la campagne où le marché local est petit voire inexistant. C'est pour cela que nous mettons en garde les candidats à l'installation sur le danger de cumuler leur déménagement avec une création d'activité. Il vaut mieux arriver avec son métier et son portefeuille de clients.

En tant que vice-président du Réseau national des télécentres comment vois-tu le rôle des télécentres pour développer l'activité en milieu rural ?

Le réseau a été créé fin 2004 par la Diact (alors la Datar) pour soutenir son appel à projets en faveur des télécentres ruraux. Doté de 3 M€, il visait à créer plusieurs centaines de postes de travail en milieu rural. Le lancement a été fait à Alençon lors d'un colloque sur le développement rural que j'avais organisé au Conseil général.

J'ai accepté d'entrer au conseil d'administration, pour voir, malgré mon scepticisme. Le télécentre est un concept ancien, qui se justifiait quand on n'avait pas de haut débit chez soi ni d'ordinateurs assez puissants pour travailler. Aujourd'hui il est moins utile, sauf dans certains cas précis.

Il ne sert à rien d'installer un télécentre dans une petite commune et d'attendre le chaland devant la porte ! C'est le syndrome de la zone d'activité artisanale : aménager un terrain ne suffit pas à faire venir des entreprises.

En revanche, un petit télécentre léger (3 ou 4 bureaux et une salle de réunion), polyvalent, mutualisé avec des équipements pour le grand public de proximité peut devenir un centre de ressources et de services. Pour des télétravailleurs de passages, pour des télétravailleurs « pendulaires » (qui alternent le travail bureau-hors bureau) ou pour des indépendants qui veulent recevoir des clients, ne pas travailler chez eux, organiser une réunion ou une formation.

Nous envisageons la création d'un tel centre de services dans Zevillage parce que nous avons une communauté préalable, active, qui a exprimé des besoins. Il y a encore deux ans cela n'était pas d'actualité.



QUESTIONS AUX TÉLÉTRAVAILLEURS





J'ai posé des questions à quelques membres du collectif, voici leurs réponses.

Remerciements à :

- Nathalie Bouffet
- Stéphane Jean Bourhis
- Martine Catalan
- Valerie Cohiniac
- Anne Fimbel
- Catherine Gallien
- Paul Laget
- Pierre Le Goc
- Carole Nègre
- Daniel Van der Meeren
- Salvatore Vurruso

Comment être sûr de sa capacité à télétravailler ?

- Faire un bilan de compétence pour savoir si l'on est naturellement apte au télétravail (esprit, envie).
- Avoir conscience de ses forces et faiblesses et donc, de ses compétences réelles (humaines et professionnelles).
- Maîtriser à fond son métier, quitte à suivre un complément de formation.

Comment connaître son marché ?

- Faire des recherches sur son métier, sur son évolution.
- Discuter avec des clients potentiels et comprendre leurs besoins.
- Situer la plus proche concurrence et étudier ses offres.
- Si certains secteurs semblent déjà bouchés, développer un service en plus pour se démarquer.

Comment calculer son budget ?

- Budgéter tous les moyens possibles pour se faire connaître ou récupérer des prospects.
- Se concentrer sur le travail et pas forcément sur les investissements en immobilisation.
- Après avoir fait un prévisionnel, réduire les dépenses au maximum.

Comment minimiser les risques ?

- Afin de choisir son statut, il faut tout d'abord se renseigner sur les différentes obligations sociales et fiscales.
- Souvent, les solutions de portage salarial ou d'intégration en

coopérative d'emploi sont un bon moyen de démarrer son activité sans prendre de risque.

- Prospecter avant de se lancer et, si possible, le faire lors d'une période de chômage pour éviter de perdre du pouvoir d'achat.
- Il ne faut pas hésiter à offrir ses services ou faire des stages chez les futurs clients ou employeurs. On commence le télétravail avec des références et une confiance en soi.
- Démarrer avec un carnet de contacts est un plus évident.

Quelles sont les erreurs à ne pas faire ?

- Douter de soi ou à l'inverse se sentir supérieur.
- Ne pas avoir le soutien de son entourage proche.
- Se lancer seul, sans en parler à personne et sans demander de conseil et d'avis extérieur.
- Se lancer tête baissée sans réfléchir aux conséquences si ça ne marche pas.
- Investir plus que de raison ou s'endetter dès le début.
- Casser les prix, se brader.
- Attendre que le travail arrive tout seul.
- Ne courir qu'après une seule affaire à la fois.
- Se désespérer trop vite ou s'emballer trop vite.
- Attendre la fin d'un contrat pour reprendre la prospection.
- Confondre chiffre d'affaires et bénéfice.

Quelques astuces au niveau organisationnel

- Il faut tout d'abord organiser son temps et son environnement. Définir le temps que l'on peut consacrer à son métier, car il doit être important, le travail à temps partiel n'étant pas possible dans le télétravail.
- Le télétravailleur ne peut pas organiser son travail dans un créneau horaire strict, il doit accepter de travailler à la tâche,

voire au résultat.

- Pour durer, il faut s'organiser d'une façon aussi rigoureuse que lorsque l'on est salarié, mais en ayant une liberté de choix.
- Se faire des tableaux Excel pour tout : liste des prospects en cours, des affaires, des entrées et des sorties d'argent prévues et réalisées.
- Chercher des partenaires pour combler ces zones de faiblesse ou de non compétence.

Quels sont les meilleurs moyens pour obtenir des clients ?

- La prospection.
- La publicité, même si le retour n'est pas immédiat.
- Le réseautage, le carnet d'adresses, le bouche à oreille, les amis.
- Utiliser Internet et les places de marchés d'appels d'offres.
- Inciter vos clients à vous recommander.

Dans quels cas peut-on dire « non » à un client ?

- S'il est indécis sur ses choix.
- Trop d'exigences pour un tarif non adapté.
- Mission trop importante par rapport au délai demandé.
- Une révision des prix à la baisse.
- L'absence de compétences nécessaires.

Quelques astuces au niveau commercial ?

- Il faut faire de la prospection presque 3 jours sur 5.
- Soyez souriant, même au téléphone.
- Ecoutez le prospect plutôt que faire un monologue.
- Faites toujours des propositions par rapport à la mission,

l'adaptation est primordiale.

- Il est très important, lorsque vous avez répondu à une offre, de relancer le client, les décisions d'une entreprise se font en général sur 6 mois.

Comment gérer sa vie privée ?

- Impliquer ses proches dans la démarche, surtout lorsqu'ils ne sont pas télétravailleurs. Votre liberté apparente comporte des contraintes équivalentes aux leurs.
- Il faut se ménager des "jours de fermeture" où le privé domine sur tout. Télétravailler, cela ne veut pas dire 7j/7 et 24H/24....
- Se faire un planning du travail à faire, noter toutes les tâches à réaliser et s'obliger à décrocher.

Si vous avez des enfants, sachez qu'une fois à la maison ils vous perturberont si personne ne s'en occupe, ne cherchez pas à travailler à ce moment-là, ce ne sera bénéfique ni pour vous ni pour eux.



Les sites web pour trouver du télétravail sur Internet

De nombreux sociétés proposent des sites web ou des plateformes de mise en relation pour trouver des missions en télétravail et faire appel à des télétravailleurs.

Nous avons sélectionné les principaux sites pour trouver des missions réalisables à distance.

Egalement nous vous fournissons des liens directs vers des sites de recherche d'emploi salarié proposant du télétravail.

Enfin vous trouverez une sélection de sites francophones « freelance » et anglophones proposant du « remote work ».

Voir <https://www.cyberworkers.com/book/offres-teletravail>



