

Je veux entreprendre, mais je ne sais pas quoi vendre

Promesse du guide

À la fin, tu auras 3 idées possibles, 1 idée prioritaire, un mini-test client et un plan clair pour commencer sans te disperser.

Avant de commencer

Ce guide n'est pas fait pour impressionner. Il est fait pour débloquer une personne qui veut commencer, mais qui ne sait pas encore quoi vendre.

Beaucoup de personnes disent : « **je veux faire quelque chose** ». Elles sentent qu'elles peuvent vendre, aider, servir, créer ou revendre. Mais elles restent bloquées parce qu'elles cherchent tout de suite l'idée parfaite.

Le but de ce guide est simple : t'aider à choisir une idée réaliste, avec les moyens que tu as déjà, puis à la tester rapidement avec de vraies personnes.

La méthode s'inspire de ressources reconnues sur la génération d'idée, la proposition de valeur, la recherche de marché et le test rapide : SIYB de l'Organisation internationale du Travail, Value Proposition Canvas de Strategyzer, Business Model Canvas, SBA Market Research et approche MVP/Lean Startup.

Ce que tu vas obtenir

- une façon simple de sortir du flou ;
- une liste d'idées basée sur tes compétences, ton entourage et ton marché ;
- une grille pour choisir une idée sans te mentir ;
- un test de 7 jours pour vérifier si des gens sont vraiment intéressés ;
- une fiche finale à remplir avant de passer au Guide 2.

Le sommaire du guide

1. Pourquoi tu es bloqué
2. Ne cherche pas une idée. Cherche un problème
3. Les 4 cercles pour trouver une idée réaliste
4. Les 5 familles de business faciles à tester
5. Générateur d'idées : 30 pistes pour commencer
6. Choisir une idée prioritaire avec une grille simple
7. Tester ton idée en 7 jours
8. Les erreurs qui bloquent les débutants
9. Fiche finale : mon idée de départ
10. Prochaine étape avec CoraBiz

1. Pourquoi tu es bloqué

Le blocage ne veut pas dire que tu n'es pas capable. Souvent, il veut seulement dire que tu n'as pas encore transformé ton envie en décision claire.

Les blocages les plus fréquents

- **Tu attends la grande idée.** Tu crois qu'une bonne idée doit être spectaculaire. En réalité, beaucoup de bons business commencent par une solution simple.
- **Tu regardes trop les autres.** Tu vois ce que les autres vendent, mais tu ne sais pas ce qui correspond à ton contexte.
- **Tu as peur de te tromper.** Donc tu ne choisis rien, et l'idée reste dans la tête.
- **Tu penses d'abord au logo, au nom ou au grand lancement.** Pourtant, le plus important au début est de savoir qui a besoin de quoi.
- **Tu veux commencer trop grand.** Le bon début est souvent petit, clair, testable.

PHRASE À RETENIR

Tu n'as pas besoin de trouver l'idée parfaite. Tu as besoin de trouver une idée utile, testable et assez simple pour commencer maintenant.

Exercice rapide

Complète ces phrases sans chercher à être parfait :

Je veux entreprendre parce que

Les personnes autour de moi ont souvent besoin de

Je sais déjà faire ou apprendre rapidement

Je peux commencer avec comme moyen

2. Ne cherche pas une idée. Cherche un problème.

Une idée devient intéressante quand elle répond à un besoin réel. La bonne question n'est donc pas seulement : « **qu'est-ce que je peux vendre ?** ». La meilleure question est : « **quel problème puis-je aider à résoudre ?** »

La logique client

Mauvaise question	Meilleure question
Quel produit peut me rapporter ?	Qui a déjà un besoin urgent ou répété ?
Qu'est-ce qui est à la mode ?	Qu'est-ce que les gens demandent déjà autour de moi ?
Comment faire comme les autres ?	Comment rendre une solution plus simple, plus rapide ou plus accessible ?

MINI-MÉTHODE

Quand tu entends quelqu'un se plaindre, demander conseil, chercher un bon contact, comparer des prix, manquer de temps ou repousser une tâche, il y a peut-être une idée business derrière.

Questions de découverte

1. Qu'est-ce que les gens autour de moi cherchent souvent ?
2. Qu'est-ce qui leur fait perdre du temps ?
3. Qu'est-ce qu'ils achètent déjà, même si l'expérience est mauvaise ?
4. Quel service ou produit manque dans mon entourage ?
5. Qu'est-ce que je peux rendre plus simple, plus fiable ou plus présentable ?

3. Les 4 cercles pour trouver une idée réaliste

Une bonne idée de départ se trouve souvent à l'intersection de quatre cercles : ce que tu sais faire, ce que les gens demandent, ce que tu peux lancer avec peu de moyens, et ce que des gens paient déjà.

1. Ce que tu sais faire

Beauté, cuisine, réparation, conseil, design, informatique, rédaction, vente, organisation, livraison...

2. Ce que les gens demandent

Prix, recherche de produit, aide, formation, livraison, installation, réservation, document, accompagnement...

3. Ce que tu peux obtenir ou produire

Produits disponibles, fournisseurs, contacts, outils, temps, compétences, espace, téléphone, connexion...

4. Ce que les gens paient déjà

Ce qui se vend déjà prouve qu'il existe une demande. Ton travail est d'apporter une meilleure présentation ou une meilleure expérience.

Exercice : remplis tes 4 cercles

Ce que je sais faire

Ce que les gens me demandent souvent

Ce que je peux vendre ou produire vite

Ce que les gens paient déjà autour de moi

4. Les 5 familles de business faciles à tester

Au départ, choisis une famille simple. Tu pourras évoluer ensuite. Le plus important est de démarrer avec quelque chose que tu peux expliquer et tester vite.

Famille	Ce que cela veut dire	Exemples
Produit physique	Tu vends un objet ou un produit déjà existant.	Parfums, cosmétiques, accessoires, vêtements, ustensiles, kits cadeaux.
Service	Tu fais quelque chose pour quelqu'un.	Coiffure à domicile, nettoyage, aide administrative, réparation, livraison, installation.
Revente / distribution	Tu trouves un produit et tu le proposes mieux à une cible précise.	Packs étudiant, packs bureau, produits de soin, accessoires téléphone.
Transformation / pack	Tu regroupes plusieurs éléments en solution complète.	Pack rentrée, pack mariage, box parfum, kit création boutique, pack nettoyage.
Connaissance / accompagnement	Tu aides une personne à apprendre ou à mieux faire.	Formation, coaching, aide CV, initiation informatique, cours, accompagnement business.

CONSEIL CORABIZ

Ne choisis pas seulement ce qui te plaît. Choisis ce que tu peux expliquer clairement à une personne, montrer rapidement, et tester avec un premier contact.

5. Générateur d'idées : 30 pistes pour commencer

Ces pistes ne sont pas des ordres. Elles servent à t'aider à réfléchir. Choisis celles qui correspondent à ton contexte, à tes contacts et à tes moyens.

1. Vendre des packs de produits utiles pour une cible précise.
2. Faire de la livraison locale pour commerces ou particuliers.
3. Créer un service de nettoyage ponctuel ou régulier.
4. Proposer des box cadeaux personnalisées.
5. Revendre des accessoires téléphone avec conseil et livraison.
6. Aider des vendeurs à prendre de meilleures photos produit.
7. Organiser les commandes WhatsApp d'un commerçant.
8. Proposer un service de rédaction CV ou profil professionnel.
9. Faire de la saisie ou mise en page de documents.
10. Vendre des cosmétiques ou soins avec routine simple.
11. Proposer un mini-service de community management local.
12. Préparer des repas, snacks ou boissons sur commande.
13. Revendre des vêtements ou chaussures par sélection.
14. Créer des kits de démarrage pour petits vendeurs.
15. Aider les parents ou élèves avec cours de soutien.
16. Proposer une formation courte sur smartphone ou réseaux sociaux.
17. Faire un service de décoration simple pour événements.
18. Vendre des produits d'entretien en pack maison.
19. Faire de la réparation ou assistance technique de base.
20. Proposer un service de recherche de fournisseurs.
21. Créer des fiches produit ou catalogues pour vendeurs.
22. Organiser des achats groupés pour réduire les coûts.
23. Faire de l'accompagnement pour démarches en ligne.
24. Vendre des produits saisonniers au bon moment.
25. Créer un service de réservation pour prestataires.
26. Proposer des packs bureau pour professionnels.
27. Aider des artisans à présenter leurs offres en ligne.
28. Vendre des accessoires beauté avec conseils d'utilisation.
29. Faire de la mise en relation client-prestataire.
30. Accompagner quelqu'un à lancer une première boutique.

Choisis maintenant 5 idées qui te parlent

Idée 1

Idée 2

Idée 3

Idée 4

Idée 5

6. Choisir une idée prioritaire

Une idée peut te plaire, mais être difficile à lancer. Utilise cette grille pour choisir une idée qui peut vraiment avancer.

Note chaque idée de 0 à 3

- 0 = pas du tout
- 1 = un peu
- 2 = oui
- 3 = très fort

Critère	Pourquoi c'est important	Score
Besoin clair	Des personnes ont déjà ce problème ou ce besoin.	___ / 3
Client accessible	Tu sais à qui parler cette semaine.	___ / 3
Coût de départ faible	Tu peux tester sans gros investissement.	___ / 3
Preuve de demande	Les gens achètent déjà quelque chose de proche.	___ / 3
Facile à expliquer	Une phrase suffit pour comprendre l'offre.	___ / 3
Marge ou valeur	Il reste quelque chose après coût, temps et effort.	___ / 3
Répétition possible	Le besoin peut revenir ou être recommandé.	___ / 3

DÉCISION SIMPLE

Si une idée fait moins de 12/21, garde-la pour plus tard. Si elle fait 15/21 ou plus, elle peut devenir ton idée de test.

7. Tester ton idée en 7 jours

Le test n'est pas fait pour vendre beaucoup tout de suite. Il sert à vérifier si des personnes comprennent l'offre, posent des questions, demandent le prix, ou veulent les détails.

Jour	Action
Jour 1	Choisir une idée et écrire une phrase claire.
Jour 2	Définir une cible précise et lister 20 personnes à contacter.
Jour 3	Créer une mini-offre : nom, résultat, prix indicatif, photo ou visuel simple.
Jour 4	Envoyer le message à 10 personnes et publier un statut/story.
Jour 5	Noter les réponses : intéressé, pas intéressé, questions, objections.
Jour 6	Améliorer le message, la photo, le prix ou le bonus.
Jour 7	Décider : continuer, ajuster, ou changer d'idée.

Message test à adapter

Bonjour, je teste une petite offre pour aider les personnes qui veulent [besoin/problème]. L'idée est de proposer [solution simple] à [prix ou condition]. Est-ce que c'est quelque chose qui pourrait t'intéresser ou intéresser quelqu'un autour de toi ?

Ce que tu dois mesurer

Après ton test, ne regarde pas seulement les « bravo » ou les encouragements. Regarde les signes d'intérêt réel.

- Combien de personnes répondent ?
- Combien demandent le prix ou les détails ?
- Quelles objections reviennent souvent ?
- Qu'est-ce qui n'est pas clair dans ton message ?
- Y a-t-il une personne prête à acheter, réserver ou recommander ?

CE QUI COMPTE VRAIMENT

Une personne qui pose des questions précises vaut plus qu'une personne qui dit seulement « courage ». Ton objectif est d'apprendre ce qui intéresse vraiment les gens.

Tableau de suivi du test

Nom / groupe	Réponse	Question ou objection	Suite

8. Les erreurs qui bloquent les débutants

Attendre d'être prêt

Tu apprendras plus vite en testant une petite offre qu'en gardant une idée dans ta tête.

Copier sans comprendre

Ce qui marche pour une autre personne peut ne pas marcher pour ton contexte, tes contacts ou tes moyens.

Parler à tout le monde

Une offre claire parle à une cible précise. Si tout le monde est client, personne ne se sent vraiment concerné.

Commencer sans preuve

Avant d'acheter beaucoup de stock ou de dépenser, teste avec des messages et des conversations.

Abandonner après 3 refus

Un refus n'est pas toujours un échec. Il peut montrer que la cible, le prix, le message ou l'offre doivent être ajustés.

Ne rien noter

Si tu oublies les réponses, tu perds l'apprentissage. Note les questions, objections et personnes intéressées.

9. Fiche finale : mon idée de départ

Remplis cette page. Elle te servira pour le Guide 2 : Transformer une idée en vraie offre.

Mon idée principale

Le client que je veux aider

**Le problème ou besoin que
je veux résoudre**

Ce que je vais proposer

**Pourquoi cette offre peut
intéresser**

**Le prix ou la fourchette
possible**

Les moyens que j'ai déjà

**Les 20 personnes ou
groupes que je peux
contacter**

Ma décision après test

- ☐ Je continue cette idée
- ☐ J'ajuste l'idée
- ☐ Je change d'idée mais je garde ce que j'ai appris

RÈGLE DE PROGRESSION

Une idée devient sérieuse quand elle rencontre des personnes réelles. Ne reste pas seul avec ton idée : parle, teste, note, ajuste.

10. Prochaine étape avec CoraBiz

Quand tu as choisi une idée prioritaire, CoraBiz t'aide à passer de l'idée au business organisé.

GUIDE 2

Transformer ton idée en vraie offre : titre, prix, description, bonus, cible.

GUIDE 3

Trouver tes premiers clients : messages, publications, contacts, demandes.

GUIDE 4

Créer ta boutique CoraBiz et publier tes offres proprement.

GUIDE 5

Suivre les personnes intéressées pour ne plus perdre les opportunités.

Action aujourd'hui

Choisis une idée, remplis la fiche finale, puis prépare ton offre dans le Guide 2. CoraBiz est là pour organiser ton business quand ton idée commence à devenir claire.

Sources d'inspiration et méthode

Ces références ont servi à structurer le guide. Le contenu reste adapté à l'accompagnement CoraBiz et à un usage pratique pour vendeurs, indépendants et porteurs d'idées.

Organisation internationale du Travail - Start and Improve Your Business (SIYB)

Programme de formation à l'entrepreneuriat avec des modules pour générer une idée, démarrer, améliorer et développer une petite entreprise.

Strategyzer - Value Proposition Canvas

Outil pour relier une offre aux besoins du client : ce qu'il cherche à faire, ses douleurs et les gains attendus.

U.S. Small Business Administration - Market research and competitive analysis

Approche de recherche de marché pour confirmer et améliorer une idée de business.

Business Model Canvas

Cadre simple pour clarifier clients, proposition de valeur, canaux, revenus, coûts et ressources.

Lean Startup / MVP

Logique de test rapide avec une version minimale pour apprendre avec de vrais retours clients.

Note : ce guide ne remplace pas les obligations légales, fiscales ou réglementaires applicables à ton activité. Avant de vendre certains produits ou services, vérifie les règles locales et les autorisations nécessaires.