

GUIDE DE DÉMARRAGE

Le kit pour lancer ton business **en 7 jours**

Sept journées, sept décisions, cinq outils. De l'idée floue au premier message envoyé à un vrai prospect, sans passer six mois à construire quelque chose que personne n'attend.

1

Trouver l'idée

2

Vérifier

3

Écrire l'offre

4

Construire

5

Habiller

6Trouver 30
prospects**7**

Envoyer

Ce guide est la version à cocher. La méthode complète, avec le détail de chaque journée, se lit gratuitement sur lihn.fr/blog.

Chaque journée a un outil qui fait le gros du travail

Aucun ne décide à ta place, et c'est très bien : les décisions sont la seule partie qui t'appartient vraiment. Tu peux tous les essayer gratuitement.

JOURS	ÉTAPE	OUTIL
1 à 3	Stratégie Trouver l'idée, la vérifier, écrire l'offre	ChatGPT ou Claude
4	Création Construire la première version	Lovable, Replit ou Framer
5	Design Identité, visuels, photo de profil	Canva ou Figma
6 et 7	Prospection Trouver les premiers clients et leur écrire	Lihn
Ensuite	Contenu Se rendre visible pendant que la campagne tourne	CapCut ou Higgsfield

Ce que tu as dimanche soir

- ☐ Une offre écrite en une page, que tu peux lire à voix haute sans avoir honte.
- ☐ Une première version en ligne, qu'un inconnu peut visiter et comprendre.
- ☐ Une identité visuelle cohérente : deux couleurs, une police, trois visuels.
- ☐ Trente prospects qualifiés et une première campagne partie, relances comprises.

Ce n'est pas un business terminé. C'est un business qui a commencé à parler à des gens, ce que la plupart des projets n'atteignent jamais.

Jour 1 · Trouver une idée qui a déjà des acheteurs

2 h · ChatGPT ou Claude

Passer d'une idée « intéressante » à une idée que quelqu'un paie déjà, même mal.

- ☐ Écrire trois listes de dix lignes : ce que je sais faire, les métiers que je connais de l'intérieur, ce qui m'agace dans ces métiers.
- ☐ Croiser les trois listes avec l'IA (les prompts sont en fin de guide).
- ☐ Garder trois idées, et vérifier pour chacune que quelqu'un dépense déjà de l'argent sur ce problème.
- ☐ Noter le nom de deux concurrents en face de l'idée retenue.

LE PIÈGE

Chercher l'idée que personne n'a eue. Une idée sans concurrent est presque toujours une idée sans marché.

Jour 2 · Vérifier avant de construire

3 h · IA + téléphone

Remplacer ton avis par cinq conversations avec des gens qui ont le problème.

- ☐ Repérer dix personnes qui vivent le problème (LinkedIn, groupes de métier, carnet d'adresses).
- ☐ Leur écrire un message de quatre lignes qui ne vend rien et demande quinze minutes.
- ☐ Pendant l'appel : la dernière fois que le problème s'est posé, ce qu'ils ont fait, ce que ça leur a coûté, ce qu'ils utilisent aujourd'hui.
- ☐ Noter la phrase qui revient au moins trois fois. C'est ta promesse.

LE PIÈGE

Demander « est-ce que tu utiliserais ça ? ». Tout le monde répond oui, personne ne paie. Reste au passé.

Jour 3 • Écrire l'offre en une page

2 h • ChatGPT ou Claude

Tenir en six lignes ce que tu vends, à qui, et pourquoi ça vaut ce prix-là.

- ☐ Pour qui : un métier, une taille, une situation. Pas « les PME ».
- ☐ Quel problème : la phrase du jour 2, avec leurs mots.
- ☐ Ce qu'ils obtiennent : un résultat, pas une liste de fonctionnalités.
- ☐ Comment ça se passe, en trois étapes. Combien, prix affiché. Pourquoi toi, en une phrase.

LE PIÈGE

L'offre « pour tout le monde ». Et le prix calculé sur ton temps plutôt que sur ce que le problème coûte à ton client.

Jour 4 • Construire la première version

4 à 5 h • Framer, Lovable ou Replit

Obtenir une adresse qu'un inconnu peut ouvrir et comprendre en dix secondes.

- ☐ Une seule page : promesse, à qui, trois étapes, une preuve, un bouton.
- ☐ Un seul bouton. Deux, c'est une décision de plus demandée à quelqu'un qui te découvre.
- ☐ Vitrine pour un service → Framer. Le produit est l'application → Lovable ou Replit.
- ☐ Faire lire la page à quelqu'un qui ne connaît pas le projet, sans rien expliquer.

LE PIÈGE

Ajouter une deuxième page. Puis un blog. Chaque heure prise au jour 4 est une heure volée au jour 6, et c'est le jour 6 qui ramène l'argent.

Jour 5 · L'identité, en une demi-journée

3 h · Canva ou Figma

Être crédible. Pas primé.

- ☐ Une couleur principale, une couleur de texte foncée. C'est tout.
- ☐ Une seule police, en deux graisses.
- ☐ Un logo écrit en texte. Le symbole viendra quand tu sauras qui tu es.
- ☐ Trois visuels réutilisables : bannière, fond de citation, couverture.
- ☐ La même photo de profil partout.

LE PIÈGE

Y passer trois jours. Une identité se corrige en une soirée ; une absence de clients ne se corrige pas avec une palette de couleurs.

Jour 6 · Trouver tes trente premiers prospects

2 à 3 h · Lihn

Trente noms précis, avec une raison écrite en face de chacun.

- ☐ Décrire ce que tu proposes et à qui, puis laisser la recherche tourner.
- ☐ Pour chaque nom, trois questions : a-t-elle le problème ? peut-elle dire oui ? puis-je écrire en une ligne pourquoi je la contacte *elle* ?
- ☐ Écarter tout nom qui ne passe pas la troisième question.
- ☐ S'arrêter à trente. En dessous, une absence de réponse ne veut rien dire ; au-dessus, on ne personnalise plus.

LE PIÈGE

La liste achetée. Trois mille adresses sans raison d'être contactées abîment la réputation de ton domaine pour des mois.

Jour 7 · Envoyer la première campagne

2 h · Lihn + boîte pro

Trente messages partis, et un suivi qui continue sans toi.

- ☐ Quatre lignes : une sur eux, une sur le problème, une sur ce que tu fais, une question simple.
- ☐ Relance à J+3, dernière à J+7. La plupart des réponses arrivent sur la deuxième.
- ☐ Envoyer depuis une adresse professionnelle, sur ton domaine.
- ☐ Chaque message dit qui tu es et permet de refuser d'un clic.

LE PIÈGE

Le message qui parle de toi : « je m'appelle, j'ai créé, je propose ». Trois « je » avant que la personne ait compris ce qu'elle y gagne.

En B2B, contacter quelqu'un sur son adresse professionnelle est possible si ton offre a un rapport avec son métier. Si tu dois te forcer pour l'expliquer, c'est que tu es dehors.

Le jour 8 n'existe pas

Les réponses arrivent entre le troisième et le dixième jour. Elles te disent quoi corriger, à condition de savoir les lire.

Zéro réponse sur trente

Ce n'est presque jamais le message : c'est le ciblage. Retourne au jour 6.

Des réponses, mais aucun rendez-vous

Le message intéresse, l'offre n'est pas claire. Retourne au jour 3.

Des rendez-vous, mais aucune vente

C'est le prix, ou la personne en face n'a pas le pouvoir de décider. Regarde lequel des deux avant de baisser quoi que ce soit.

Trois réponses positives sur trente, c'est une semaine réussie. Ça n'en a pas l'air. C'est pourtant le point où un projet cesse d'être une idée.

Trois prompts, pour les trois premières journées

À coller dans ChatGPT ou Claude. Remplace ce qui est entre crochets par tes propres éléments : c'est cette partie-là qui fait la différence entre une réponse générique et une réponse utilisable.

JOUR 1 · CROISER TES LISTES

Tu es un stratège produit qui aide un indépendant à choisir une première offre vendable.

Voici trois listes me concernant.

COMPÉTENCES : [colle ta liste]

SECTEURS QUE JE CONNAIS DE L'INTÉRIEUR : [colle ta liste]

CE QUI M'AGACE DANS CES MÉTIERS : [colle ta liste]

Propose-moi 8 idées d'offres à l'intersection de ces trois listes.

Pour chacune, donne-moi en une ligne chacun :

- à qui exactement elle s'adresse (un métier, une taille d'entreprise) ;
- le problème concret, formulé comme la personne le dirait elle-même ;
- ce que ces gens font aujourd'hui pour s'en sortir, et ce que ça leur coûte ;
- qui vend déjà quelque chose de comparable.

Écarte toi-même les idées où personne ne dépense d'argent aujourd'hui, et dis-moi pourquoi tu les as écartées.

JOUR 2 · PRÉPARER TES CINQ ENTRETIENS

Je prépare 5 conversations de découverte avec [décris précisément la personne : métier, taille de structure, ville].

Je veux valider ce problème : [décris le problème en une phrase].

1. Écris-moi un message de premier contact de 4 lignes maximum, qui ne vend rien et demande 15 minutes.
2. Écris-moi 6 questions d'entretien qui portent sur ce que la personne A DÉJÀ FAIT, jamais sur ce qu'elle ferait.
3. Pour chaque question, dis-moi quelle réponse devrait me faire abandonner l'idée.

Interdits : « est-ce que tu utiliserais », « est-ce que tu paierais », « qu'est-ce que tu penses de ». Reformule tout au passé.

JOUR 3 · METTRE L'OFFRE EN UNE PAGE

Voici les notes de mes 5 conversations de découverte : [colle tes notes].
La phrase qui est revenue le plus souvent est : [colle-la mot pour mot].

Écris-moi une offre en 6 lignes, une par point :

1. Pour qui (un métier, une taille, une situation précise)
2. Quel problème, avec leurs mots à eux
3. Ce qu'ils obtiennent, en résultat, pas en fonctionnalités
4. Comment ça se passe, en 3 étapes
5. Combien, avec un prix affiché
6. Pourquoi moi, en une phrase vérifiable

Puis propose-moi 3 niveaux de prix, en partant de ce que le problème coûte à mon client aujourd'hui, jamais du temps que ça me prend.

Les jours 6 et 7 ne s'arrêtent pas dimanche

Ils recommencent chaque semaine, et c'est ce qui sépare un projet lancé d'un projet qui vit. Lihn trouve les entreprises qui correspondent à ton offre, prépare les messages, envoie les relances prévues et te rend la main dès qu'une vraie réponse arrive.

lihn.fr

Tu décides. Lihn fait le reste.