

SOMMAIRE

Préface 7
de Michel Barabel et Olivier Meier

Le potentiel de votre idée ? Tout se joue dans les fondations

1. Introduction. Anticipez les défis d'un monde meilleur 13
2. Le vrai « pourquoi » non dogmatique de votre idée 23
3. Le marché : qui serait fan de votre offre au point de l'acheter ? .. 35
4. À chacun son impact : freelance ou licorne ?..... 41
5. Testez votre idée sur le terrain et trompez-vous !..... 47
6. Que se passe-t-il si vous mettez un 0 de plus à l'envie d'impact ?.. 53
7. Affutez votre capacité à être très bon dans un domaine..... 63
8. S'intéresser aux concurrents, plus qu'une preuve de maturité.... 67
9. Le marketing de soi : vous n'êtes pas là pour enfilez des perles ... 71

Des premiers clients à la croissance

10. Le *go to market* : comment toucher des clients ? 75
11. Les premiers clients : esprit critique pour ne pas tomber amoureux de votre offre 83

12. Le commercial : engagé ou pas, <i>cash is king</i> et ce n'est pas un gros mot	87
13. Ayez de l'impact dans votre communication	105
14. Un modèle économique solide : les grandes questions à vous poser	119
15. Deux clés du <i>business plan</i> : la trésorerie et la rémunération..	129
16. S'associer : de l'échantillon de travail à l'attelage	137
17. Salariés pour un monde meilleur : la puissance du collectif...	145
18. Comment réussir à lever des fonds pour le bien commun	153

De l'illusion de l'efficacité vers la solidité

19. L'hygiène de vie est stratégique : vous êtes un athlète.....	179
20. Votre <i>WHY</i> personnel : trois questions pour caler votre ambition	187
21. « Foutez-vous la paix », pour éviter le mode bulldozer	195
22. Domptez la ténacité : artistes et entrepreneurs, mêmes besoins.....	201
23. Développez votre état d'esprit : sept traits de caractère des entrepreneurs	205
24. Débloquez les biais transgénérationnels, la clé de succès des entrepreneurs	209
25. Être efficace, une question de méthode et de routine	219
26. Ralentir, pivoter, changer d'ambition, vendre ?	227
27. Reconnaître assez tôt que la prochaine sera la bonne	233
28. L'ultime facteur clé de succès : votre dimension sociale	237
Conclusion	243