

## Commercialiser votre activité

Maintenant que vous avez une vision d'ensemble de votre activité, que vous poursuivez votre formation et pratiquez beaucoup, vous vous sentez plus à l'aise dans votre position de chef d'entreprise, et vous avez une idée claire du temps et de l'argent que vous désirez consacrer à votre entreprise. Bravo ! Vous avez établi les bases solides de la réussite de votre entreprise.

De nombreux coachs débutants pensent que le plan marketing est la première chose à travailler, mais, comme vous pouvez le lire sur ce document, il est important d'établir des fondations à votre activité avant même de prêter attention à sa commercialisation.

Le terme « marketing » est un terme très général, et il peut être défini de nombreuses manières. Il existe des centaines, peut-être même des milliers, de livres consacrés au marketing, et chacun d'eux a sa définition du marketing et sa manière d'être mise en œuvre. Il est important de savoir qu'il n'existe pas de « bon » ou de « mauvais » marketing, mais plutôt des manières d'être « plus efficace » ou « moins efficace ». De plus, ce qui s'avère « plus efficace » pour vous peut ne pas l'être pour une autre personne — le marketing n'est pas un processus « taille unique ». Le plan marketing le plus réussi est celui qui s'adapte véritablement à vous et à votre activité. Donc si un Saboteur vous dit que vous devez être extraverti pour être bon dans le marketing, ou que vous devez construire tel ou tel type de réseau, soyez assuré que le Saboteur a tort. Le marketing efficace vient du fait d'être vous-même, aussi authentique et déterminé que possible.

Il existe deux domaines marketing qui sont essentiels pour vous la première année : le recrutement de clients et votre activité marketing.