Le journal de bord de l'entrepreneur

La philosophie

Les objectifs de ce journal de bord sont ambitieux :

→ Vous permettre de tirer le plus grand profit du livre *Réussir votre développement commercial*.

→ Contribuer à votre réussite d'entrepreneur.

→ Le moyen est simple : un journal de bord, pour vous permettre d'acter vos décisions et d'ancrer vos meilleures pratiques. Cet outil est là pour vous aider à prendre du recul et, d'une certaine manière, vous permet de vous « auto-manager ». Il est en effet essentiel que vos analyses et vos décisions soient écrites. En écrivant, vous vous obligez à structurer votre raisonnement ; vous évacuez une part importante de stress et vous vous dotez d'un outil qui va conserver la mémoire de vos réflexions. Vous pourrez ainsi suivre vos décisions, mesurer leur impact et savourer la joie de progresser dans votre parcours d'entrepreneur.

p001-234-9782100887835.indb 221 08/01/2026 10:06

Mode d'emploi

Plusieurs solutions s'offrent à vous pour utiliser ce journal de bord :

→ Utiliser un carnet dans lequel vous avez plaisir à écrire.

→ Utiliser une tablette à encre électronique comme reMarkable ou Boox.

→ Créer un document Word ou Google Doc.

→ Vous servir d'une application comme OneNote ou Evernote.

En travaillant certains thèmes, vous ressentirez peut-être le besoin d'enrichir vos réponses de photos ou d'images qui recèlent beaucoup de sens pour vous.

Pour vous aider, vous trouverez sur le blog www.patron-vendeur.com différents documents à télécharger :

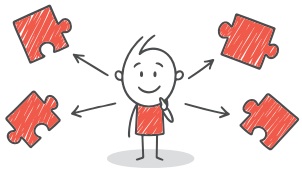
→ Le contenu de ce livre de bord.

→ Différents modèles, dont celui du cycle de vente ainsi qu'un modèle de feuille de route.

Tous ces outils sont accessibles en saisissant le code JeVeuxRéussir sur www.patron-vendeur.com

p001-234-9782100887835.indb 222 08/01/2026 10:06

Poser les bases, définir le socle



Pourquoi je suis là ?

Quelles sont mes motivations d'entrepreneur ? Pour quelles raisons ai-je décider de me lancer ? En quoi cette décision est-elle alignée avec ce que je suis et ce que je veux devenir ? Quelle fierté je ressens par rapport ce que je suis et ce que je veux devenir ? Quelles sont les situations que je veux éviter ? Pour quelles raisons ?

Mes atouts

Quels sont mes atouts ? Mes points forts ? Mes savoir-faire ? À quoi correspond ma « zone d'excellence », c'est-à-dire les situations où je suis à la fois dans la maitrise et dans le plaisir ?

Mes valeurs

Quelles sont les trois à cinq valeurs fondamentales pour moi ? Comment est-ce que je les définis ? Pourquoi sont-elles importantes pour moi ?

Mes objectifs

D'ici trois à cinq ans, quels sont les objectifs fondamentaux que je veux atteindre ? Pour quelles raisons sont-ils importants pour moi ? En quoi ces objectifs sont-ils chargés de sens pour moi ?

Les obstacles et solutions

Quels sont les obstacles qui pourraient m'empêcher d'atteindre mes objectifs ? Quelles solutions je prévois pour dépasser ces obstacles ?

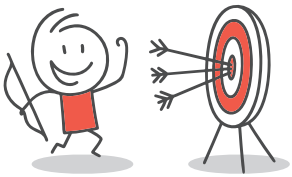
Mon univers de motivation

Quelles sont les personnes qui sont des modèles pour moi ? Quels sont les entrepreneurs à qui j'aimerais ressembler ? Quels sont les citations, les textes qui m'inspirent et me guident ?

Recommandation de mise à jour : 1 fois par an.

p001-234-9782100887835.indb 223 08/01/2026 10:06

Concevoir ma stratégie marketing



Mon positionnement

Quelle est mon offre ? Qu'est-ce qui la caractérise ?

Ma proposition de valeur

Qu'est-ce que j'apporte à mes clients ? Quel est le bénéfice principal de mon produit ou service ?

Mes cibles

Quels sont les différents profils de clients potentiels auxquels je m'adresse ?

Mon produit

Qu'il s'agisse d'un produit ou d'une prestation de service : dans le détail, quelle est mon offre ? Qu'est-ce qui caractérise mon produit ?

Ma politique de prix

Comment s'expriment mes prix ? Quelle est ma politique tarifaire ?

Ma démarche commerciale

Comment est-ce que je développe mes ventes ? Quelles sont les ressources que j'affecte à la démarche commerciale ?

Quel est mon cycle de vente ?

Quels sont les outils d'aide à la vente qui vont être pertinents ?

Mon plan de communication

Que ce soit pour soutenir ma démarche commerciale ou générer des contacts entrants : quelles sont les actions de communication que je mets en place ?

Vérification de l'alignement

En quoi ma stratégie marketing est-elle alignée avec mon socle d'entrepreneur ?

Recommandation de mise à jour : 1 fois par an.

p001-234-9782100887835.indb 224 08/01/2026 10:06

Concevoir mon cycle de vente

Nom de l'étape de vente (par exemple : R0, R1, R2)	Durée indicative (en minutes)	Actions à mener avant et après	Questions clés à poser au prospect	Objectifs	Outils nécessaires

Ce document est disponible en téléchargement sur le blog www.patron-vendeur.com en saisissant le code JeVeuxRéussir.

Recommandation de mise à jour : 1 fois par an.

p001-234-9782100887835.indb 225 08/01/2026 10:06

Préparer la réussite de cette année

Les objectifs

Quels sont les objectifs quantitatifs et qualitatifs que je veux atteindre cette année ?

La feuille de route

Compte tenu des objectifs que je veux atteindre, quel est mon volume de travail hebdomadaire ?

Quels sont les points spécifiques d'organisation pour cette année ?

Quelles sont les actions que je décide de mettre en œuvre pour :

→ Fidéliser mes clients et développer mon chiffre d'affaires avec eux.

→ Identifier de nouveaux contacts et gagner des nouveaux clients.

Ce document est disponible en téléchargement sur le blog *www.patron-vendeur.com* en saisissant le code JeVeuxRéussir.

Les conséquences négatives

Quelles seraient les conséquences négatives si je n'atteignais pas mes objectifs ?

Recommandation de mise à jour :
entre 1 fois par mois et 1 fois par trimestre.

p001-234-9782100887835.indb 226 08/01/2026 10:06

Préparer des cibles idéales : PAF le bon prospect !

Pertinence

Quelles sont les situations ou les caractéristiques de mes prospects qui rendent mon produit ou service particulièrement pertinent ? Par exemple :

→ Une fusion ?

→ La croissance de l'équipe ? Le passage d'un seuil dans les effectifs ?

→ Le fait qu'une entreprise compte plusieurs sites ?

→ Le fait qu'une entreprise soit exportatrice vers un pays spécifique ?

Pour enrichir la réflexion : à quoi ressemblent mes meilleurs clients, ceux qui sont les plus satisfaits de moi ? Quels sont les facteurs qui les ont conduits à acheter mon produit ou service ?

En résumé, quels sont les « indices » extérieurs qui me permettent d'identifier un client potentiel qui :

→ a d'ores et déjà un besoin ;

→ a potentiellement un problème ;

→ ressemble à mon meilleur client actuel

Affinité

Quels sont les secteurs, les métiers pour lesquels j'éprouve de l'affinité ? Quelles sont les entreprises dont je suis client et fan ? Quels sont les secteurs d'activité qui correspondent à mes passions ? Qui sont les entrepreneurs que j'admire ? Quelles sont les entreprises pour lesquelles j'adorerais travailler ? Quelles sont les entreprises qui me semblent alignées avec mes propres valeurs ?

p001-234-9782100887835.indb 227 08/01/2026 10:06

Facilité

Quelles sont les personnes que je connais et qui sont des clients potentiels ?

Quelles sont les quelques personnes que je considère comme des « liens forts », c'est-à-dire des personnes qui répondent de moi sur le plan professionnel ?

Qui sont les clients satisfaits que je peux solliciter pour obtenir des recommandations ?

Quels sont les réseaux professionnels et réseaux d'anciens dont je fais partie ? Quels sont les contextes qui vont me permettre de dire à un prospect « je suis comme vous… » ?

Recommandation de mise à jour : 1 fois par trimestre

p001-234-9782100887835.indb 228 08/01/2026 10:06

Suivre et contrôler l'action commerciale

Mon analyse qualitative

Globalement, quelles sont mes joies, mes fiertés ? Quels sont les domaines dans lesquels j'ai progressé ?

Et pour rentrer dans le détail : quelle analyse réaliser des actions menées ? Quelles sont les bonnes pratiques à renforcer et systématiser ? Quels sont mes points de vigilance et d'amélioration ? Qu'est-ce que j'apprends des insuccès ? Quelles décisions je prends ?

Quel bilan puis-je tirer du débriefing de mes rendez-vous ? Par rapport aux fiches de contrôle (auto-analyse de mes rendez-vous) quelles décisions dois-je prendre ?

Les fiches d'auto-analyse de rendez-vous sont disponibles en téléchargement sur le blog www.patron-vendeur.com en saisissant le code JeVeuxRéussir.

Quel est mon degré de respect du « dogme commercial » c'est-à-dire mon cycle de vente ? Autrement dit : est-ce que je respecte bien, systématiquement, toutes les étapes que j'ai définies ? Dans la négative, pour quelles raisons ? Quelles décisions dois-je prendre ?

Quelles sont les personnes auxquelles je peux exprimer de la gratitude ?

Quelles sont les preuves que j'ai constatées de l'abondance dans laquelle je vis ?

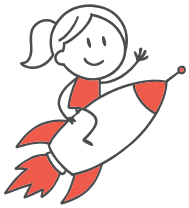
Mon analyse quantitative

Quels sont les chiffres clés de mon tableau de bord ?

Recommandation de mise à jour : 1 fois par mois.

p001-234-9782100887835.indb 229 08/01/2026 10:06

Exécuter cette semaine le plan d'action commercial



Quelles sont les actions que je prévois à destination des clients ?

Qui sont les clients que je dois rappeler ? Quelles sont les actions spécifiques que je dois préparer ?

Qu'est-ce que je prévois cette semaine pour enchanter mes clients ? Qu'est-ce que je vais accomplir de remarquable pour eux ?

Quelles sont les actions pour gagner de nouveaux clients ?

Quel travail prévois-je pour identifier de nouveaux prospects ?

Quelles sont les actions prévues pour contacter et suivre mes prospects ?

Qu'est-ce que j'imagine pour augmenter mes chances de signer les affaires en cours ?

Et le planning ?

Ai-je suffisamment de temps bloqué dans mon agenda pour mener toutes les actions commerciales que j'ai décidées ?

Recommandation de mise à jour : 1 fois par semaine.

p001-234-9782100887835.indb 230 08/01/2026 10:06

Gérer les moments de doute et les échecs

Accueillir mes émotions

Qu'est-ce que je ressens face à cette situation ? Pour quelles raisons ?

Analyser les faits

Mais au fait, précisément : que s'est-il passé ? De la manière la plus factuelle, la plus neutre, comment puis-je décrire la situation ? Quels sont les chiffres qui me permettent de caractériser les faits ?

Prendre du recul

Qu'est-ce qui peut me permettre de relativiser la situation ? Et si je faisais preuve d'un peu d'auto-dérision : qu'est-ce qui fait que je pourrais sourire de moi-même ?

Chercher le positif

Comment puis-je appliquer l'adage « tout ce qui m'arrive est bon pour moi » ? Quels sont les points positifs dans la situation actuelle ?

Apprendre

Qu'est-ce que cette situation m'apprend ? Quelles sont les leçons que je peux tirer de cette expérience ?

Décider

Quelles sont les décisions concrètes que je prends ? Quand est-ce que je décide de les mettre en œuvre ? Quel est mon plan d'action ?

Recommandation d'utilisation :
chaque fois que cela est nécessaire !

p001-234-9782100887835.indb 231 08/01/2026 10:06

Gérer les succès et garder la tête sur les épaules

Savourer

Qu'est-ce qui me rend heureux ? De quoi suis-je particulièrement fière ? Pour quelles raisons ?

Identifier les bonnes pratiques

Quelles sont les bonnes pratiques à l'origine de ce succès ? Qu'est-ce que j'ai bien fait ? Quelles sont les compétences que j'ai mises en œuvre ?

Décider

Quelles sont les décisions concrètes que je prends ? Quelles sont les bonnes pratiques que je décide de « sanctuariser » ? Quels sont les investissements que je décide de réaliser ?

Partager et faire preuve de gratitude

Quelles sont les personnes qui ont contribué à ce succès ? Qu'est-ce que je fais pour les remercier et les valoriser ?

Et les personnes qui m'entourent : ai-je pris le temps de partager avec elles ma joie ?

Recommandation d'utilisation :
chaque fois que cela est nécessaire !

p001-234-9782100887835.indb 232 08/01/2026 10:06

Synthèse : fréquence de travail

Ce livre de bord est vivant, comme votre entreprise !

Voici une recommandation de fréquence suivant laquelle vous avez intérêt à revenir sur les différents thèmes traités

	1 fois / an	1 fois / trimestre	1 fois / mois	1 fois / semaine
Poser les bases, définir le socle	✓			
Concevoir mon plan d'action marketing et commercial	✓			
Concevoir mon cycle de vente	✓			
Préparer la réussite de cette année		✓	✓	
Préparer des cibles idéales : PAF le bon prospect		✓		
Suivre et contrôler l'action commerciale			✓	
Exécuter cette semaine le plan d'action commercial				✓

p001-234-9782100887835.indb 233 08/01/2026 10:06