

## 4

RÉALISER  
SES PROJETS

« Le succès n'est pas la clé du bonheur. Le bonheur est la clé du succès.  
Si vous aimez ce que vous faites, vous réussirez. »

Albert Schweitzer

Que ce soit dans la sphère privée ou dans le domaine professionnel, nous avons tout au long de notre vie des projets à mener. En fonction de notre personnalité, de nos aspirations et de notre créativité, ces projets sont plus ou moins nombreux et ambitieux. S'il est évident que toutes nos idées ne se transformeront pas en réalité une fois passées au crible des contraintes matérielles, financières ou encore humaines, il est toutefois nécessaire de voir aboutir certains de ses projets. Réaliser ses envies, voir ses rêves devenir réalité est nécessaire et bénéfique en termes de bien-être et de confiance en soi.



Il n'y a pas de projet abouti sans objectif préalable ni de réussite sans envie forte. Le désir de voir naître et grandir votre idée ou votre projet doit vous transcender et vous aider à dépasser les obstacles que vous allez nécessairement croiser en cours de route. Ne perdez pas en ligne de mire la finalité recherchée et entourez-vous de « sponsors » pour vous accompagner et vous encourager tout au long de ce chemin. Parlez de vos envies, échangez avec des porteurs de projets aboutis, et enrichissez votre démarche des « trucs et astuces » de ces personnes qui se sont lancées avant vous. N'allez pas trop vite non plus. L'objectif est d'y arriver, pas de faire au plus vite !

## Analyser, auditer et diagnostiquer : bien comprendre les enjeux

Pour mener à bien son projet, une étape à ne pas négliger est la phase d'audit de la situation et de diagnostic des enjeux. Dans ce dossier, nous traitons ainsi de l'outil **SWOT**, utilisé en marketing stratégique pour établir une photographie à l'instant T d'une situation donnée. Nous verrons également des techniques comme le **Lean Canvas** qui, adapté à soi, aide à présenter et valider son projet auprès de personnes de son entourage personnel ou professionnel. La **méthode IAC**, empruntée au marketing traditionnel, nous apporte quant à elle une grille d'analyse pour évaluer l'intérêt et l'accessibilité de notre projet ainsi que notre capacité à le réussir.

## Anticiper et optimiser : contrer les menaces et limiter les risques

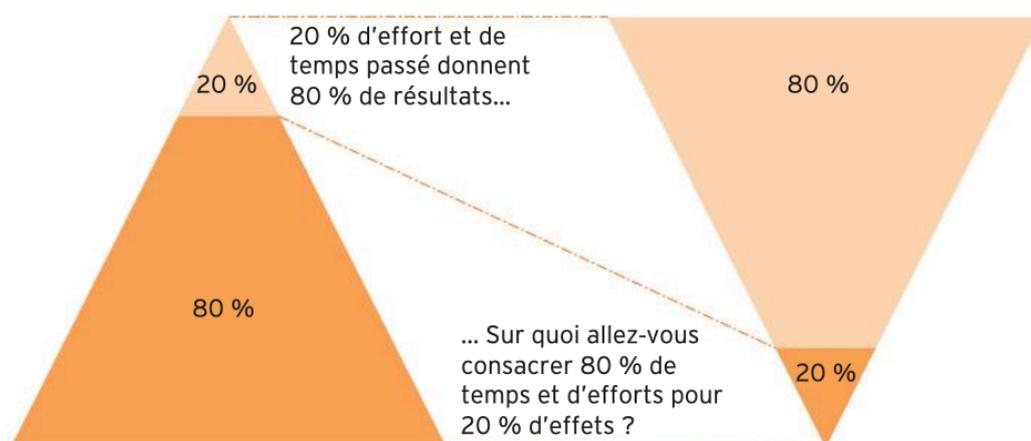
Réaliser un **plan marketing** tel qu'un directeur marketing le ferait pour sa marque ou ses produits est également un moyen de réfléchir profondément en amont sur la stratégie à adopter et les moyens à mettre en œuvre concrètement pour réussir son action. La **phase test** et la **loi de Pareto** sont d'autres éléments pour nous aider à préparer notre lancement grandeur nature. Enfin, savoir **piloter et réajuster** ainsi qu'établir la **check-list des facteurs clés de succès** avant de démarrer son projet sont autant d'éléments pour consolider ses forces et optimiser ses chances de réussite.

### LES OUTILS

23	Le SWOT personnel.....	72
24	La matrice IAC.....	76
25	Le plan marketing de soi .....	78
26	Le Lean Canvas.....	80
27	La phase test .....	82
28	La loi de Pareto.....	84
29	Le pilotage de son projet.....	86
30	La check-list des facteurs clés de succès .....	88

## La loi de Pareto

À QUOI CONSACRER 80 % DE TEMPS ET D'ÉNERGIE  
QUI EN VAILLE LA PEINE ?



### En résumé

La loi de Pareto, ou règle des 80/20, s'applique dans de nombreux domaines : économie, gestion, marketing... Appliquée au marketing de soi, la loi de Pareto nous indique que 20 % de nos efforts, activités et/ou temps passé donneront 80 % de résultats visibles. Et que pour arriver à 20 % de résultats restants, soit la perfection, nous y consacrerons 80 % de notre temps et énergie.

Aussi, dans nos projets personnels ou professionnels, est-il nécessaire de déterminer et de prioriser à quels éléments nous souhaitons consacrer 20 % d'énergie et auxquels nous consacrerons 80 % de nos efforts.

### Insight

The **Pareto Principle** (a.k.a. « the 80-20 rule ») applies in a number of domains: the economy, management, marketing, etc. In the case of self-marketing, the Pareto Principle stipulates that 20% of our efforts, activities or invested time will lead to 80% of the observable results; meanwhile, to produce the remaining 20% and attain "perfection", we will have to devote 80% of our time and energy. Thus, in personal or professional projects, one should determine and prioritize the elements to which one would like to dedicate 20% of one's energy, and those to which one will devote the other 80%.

## Pourquoi l'utiliser ?

### Objectif

La loi de Pareto, ou règle des 80/20, nous permet d'ajuster nos choix en termes de temps et d'efforts passés sur les diverses activités d'un projet personnel ou professionnel. Elle nous empêche d'être trop perfectionniste sur tout et nous invite à prioriser ce qui est important et ce qui l'est moins dans notre marketing de soi.

### Contexte

Lorsque nous sommes en train de peaufiner notre projet et que nous y avons mis beaucoup de choses, il est temps de se poser et de le regarder objectivement à l'aide de la loi de Pareto.

Avant de planifier nos actions ou de nous lancer tête baissée, il est utile de s'organiser selon la loi de Pareto.

## Comment l'utiliser ?

### Étapes

1. Une fois le projet défini et les actions nécessaires à sa mise en œuvre identifiées, planifier pour chacune le temps et les ressources nécessaires à leur réalisation.
2. Comparer les différentes actions (administratives, de communication, juridiques, comptables, techniques, relations avec les prestataires, déplacements, suivi d'entretiens...) en termes d'efforts à consacrer et de résultats espérés.
3. Définir les actions qui pourront être efficaces à 80 % en y consacrant 20 % d'efforts, et celles qui nécessiteront de s'investir beaucoup plus. Cela sera différent selon les projets, selon les compétences et l'expérience de chacun.

### Méthodologie et conseils

**Antoine**, fondateur et gérant d'une web agency a décidé de contacter, parmi les entreprises

potentiellement clientes de son fichier d'entreprises, 20 % d'entre elles, qui devraient lui apporter 80 % de son activité.

**Agnès**, chef de projet marketing dans une grande PME et auteure d'un blog personnel, souhaite évoluer vers un poste de community manager. Elle consacre beaucoup d'énergie à développer son blog sur les médias sociaux afin d'être crédible et experte. Dans son entreprise, elle se positionne sur l'animation d'une communauté mais ne consacre plus que 20 % de son temps sur les actions marketing qu'elle maîtrise déjà parfaitement.

**Jérôme**, qui prépare un projet d'ouverture de restaurant, a repéré deux activités dont il sait qu'en leur consacrant 20 % d'efforts, il atteindra le résultat attendu par ses clients : la comptabilité et la gestion des fournisseurs. Ce qui lui permettra d'être plus disponible pour la création de la carte et le relationnel avec ses clients.

**Isabelle**, qui prépare une reconversion pour sa retraite, sait qu'elle peut compter sur un réseau entretenu depuis longtemps ; elle envisage d'y passer 20 % de son temps pour mieux se consacrer à sa nouvelle activité. ■

*Vilfredo Pareto, sociologue et économiste italien (1848-1923) a apporté plusieurs contributions dans l'analyse des choix individuels.*

### Avantages

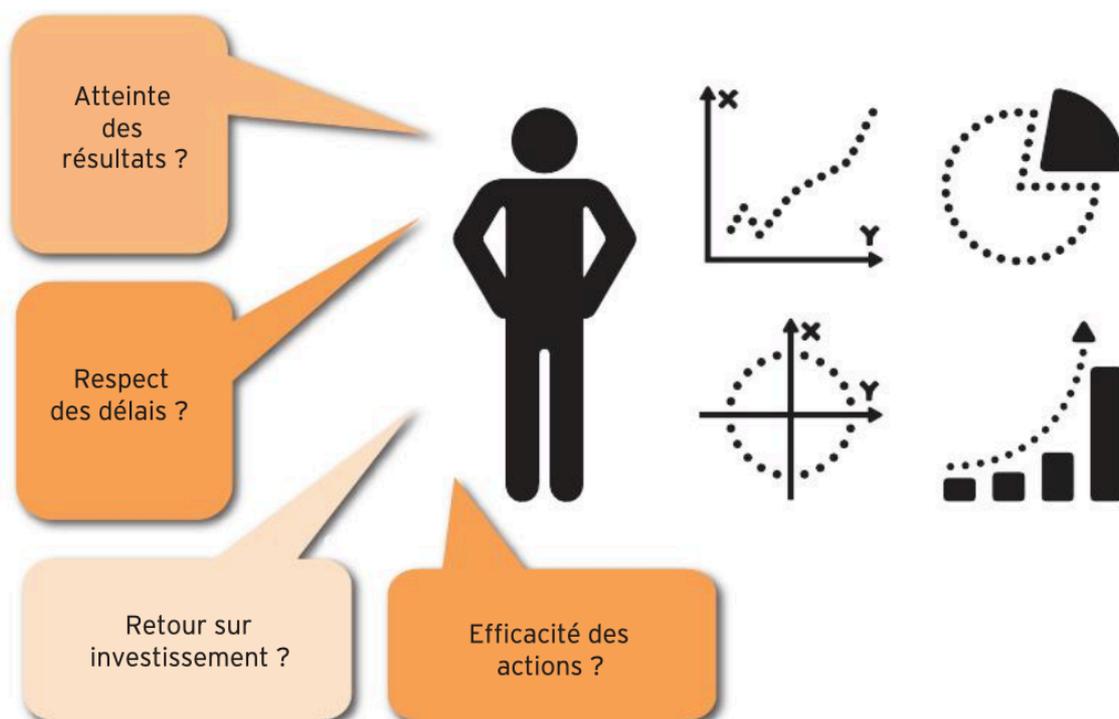
- Permet d'accroître son efficacité personnelle.
- Ses utilisations sont infinies : gestion de son temps, choix des activités à résultats visibles, nombre d'interlocuteurs à rencontrer, choix des médias à plus forte audience...

### Précautions à prendre

- Ne résout pas toutes les situations : il faut l'adapter à son environnement.
- Nécessite de faire des choix et de prioriser.

## Le pilotage de son projet

### TABLEAUX DE SUIVI ET PLANS D'ACTION



#### En résumé

Les actions et projets que nous initions, qu'ils soient d'ordre personnel ou professionnel, demandent à être suivis, pilotés et réajustés pour garantir une efficacité maximale.

On peut distinguer plusieurs éléments de suivi, dont en particulier :

- le planning et les délais ;
- le budget, les coûts et le retour sur investissement ;
- le niveau de qualité ;
- la communication et ses résultats.

Il est utile de se fixer des objectifs, de mesurer *via* des indicateurs choisis et de mettre en place un véritable **pilotage de son projet**, en vérifiant régulièrement, réajustant et réorientant en cours de route si nécessaire.

#### Insight

*Whatever actions or projects we decide to tackle, whether personal or professional, they all require follow-up, steering and readjustment to guarantee maximum efficiency.*

*One can distinguish several types of follow-up, including, in particular:*

- *schedules and delays;*
- *budget, expenses and return on investment;*
- *quality level;*
- *promotion, communication and their results.*

*It is useful to set oneself a series of objectives, to measure progress and results by applying a series of selected indicators, and to apply true **project steering** by regularly verifying, readjusting and reorienting the activity en route if necessary.*

## Pourquoi l'utiliser ?

### Objectif

Le pilotage de nos actions et projets maximise nos chances de réussite. En fixant des indicateurs à nos objectifs en lien avec notre intention personnelle, nous suivons la mesure des écarts entre le réalisé et le prévisionnel. Nous mettons en place au plus vite des actions correctrices visant à réduire au maximum les écarts et dérapages.

### Contexte

Tout nouveau projet, d'ordre personnel comme professionnel, demande à être accompagné d'objectifs à atteindre et donc d'outils de pilotage et d'actions de réajustement. Les tableaux de bord sont mis en place dès le démarrage du projet et sont analysés périodiquement afin de programmer des actions correctrices si nécessaire. Mis en place pour chaque action, ils nous aident à mesurer notre performance et l'atteinte des résultats recherchés.

## Comment l'utiliser ?

### Étapes

1. Définir l'objectif qualitatif et quantitatif ou l'intention personnelle qui accompagne l'action mise en place.
2. Déterminer les indicateurs de performance à suivre :
  - les délais : mettre en place un rétroplanning avec les différentes tâches à accomplir ;
  - le retour sur investissement : développer un tableau de suivi budgétaire et analyser la balance entre les recettes et les dépenses, déterminer le point mort du projet ;
  - la qualité : déterminer le niveau de satisfaction des clients ou publics concernés ;
  - la communication : suivre les résultats des actions de promotion mises en place comme par exemple le taux de retour des e-mailings de prospection.

3. Mesurer et suivre les écarts entre le prévisionnel et le réalisé : mettre en place des tableaux de bord par thématique ou par action et analyser les écarts.

4. Mettre en place un plan d'action : corriger les écarts et réajuster en mettant en place des actions concrètes. Par exemple, si nous avons perdu du temps dans la mise en place du projet, nous pouvons décider de faire appel à des partenaires pour nous accompagner et nous aider à rester dans les délais définis au démarrage.

5. Garder une trace en mémoire : analyser les facteurs de réussite et les causes d'échec et en tirer des leçons pour l'avenir.

### Méthodologie et conseils

Bien déterminer les objectifs et enjeux du projet au démarrage est la clé. Plusieurs indicateurs et possibilités de suivi s'offrent ensuite à nous : il s'agit de choisir l'indicateur qui nous semble le plus simple et efficace à suivre pour mesurer la performance. Une fois l'indicateur déterminé, il faut fixer la fréquence à laquelle on va mesurer et sous quelle forme. Enfin, chaque écart doit être analysé et suivi d'un plan d'action pour réajuster le tir et corriger les écarts au mieux. ■

« Les plans ne sont rien, la planification est tout. »

Dwight D. Eisenhower

### Avantages

- Permet de corriger rapidement les écarts.
- Constitue un plan d'expérience : il s'agit ensuite d'en extraire les bonnes pratiques et les écueils à éviter.

### Précautions à prendre

- Ne pas oublier de se fixer des objectifs précis.
- Être réaliste et prioriser : ne pas vouloir tout suivre dans le microdétail.