

GUIDE GRATUIT · ÉDITION 2026

Trouver une idée et la tester en 30 jours

Trouver des idées, choisir la bonne, puis vérifier en 4 semaines que des clients sont prêts à payer. Avant d'investir votre argent et votre temps.

Trouver · Tester · Décider

Growth System Experts

GROWTHSYSTEMEXPERTS.COM

SOMMAIRE

Ce que contient ce guide

01	D'où viennent les bonnes idées	p. 03
02	Trier vos idées	p. 04
03	Le problème avant la solution	p. 05
04	Votre client cible	p. 06
05	Le plan sur 30 jours	p. 07
06	Semaine 1 : écouter	p. 08
07	Semaine 2 : le marché	p. 09
08	Semaine 3 : tester l'offre	p. 10
09	Semaine 4 : chiffrer	p. 11
10	Lire les résultats	p. 12
11	Les modèles prêts	p. 13
12	La checklist des 30 jours	p. 14
13	Automatiser	p. 15

L'ESSENTIEL EN 30 SECONDES

Partir d'un problème

Un problème réel et fréquent vaut mieux qu'une idée brillante.

Parler à des clients

Une dizaine d'entretiens avant toute dépense.

Tester une vraie offre

Une page simple, un prix, une demande d'engagement.

Chiffrer avant de foncer

Prix, coûts, nombre de clients nécessaires.

LE PRINCIPE DE CE GUIDE

Une idée ne vaut que si des clients sont prêts à payer. Ce guide vous donne une méthode simple, **semaine par semaine**, pour le vérifier vite et à petit budget, avant de vous lancer.

01 · LES SOURCES

D'où viennent les bonnes idées

Les idées solides partent rarement d'une inspiration soudaine. Elles partent de ce que vous connaissez.

Votre métier

Ce que vous savez faire mieux que la moyenne, et que d'autres paient déjà.

Vos frustrations

Ce qui vous agace comme client : délais, prix opaques, service absent.

Les questions qu'on vous pose

Si on vous demande souvent conseil sur un sujet, c'est un signal.

Ce qui marche ailleurs

Un service qui existe dans une autre ville ou un autre pays, mais pas chez vous.

L'EXERCICE DE 20 MINUTES

Notez 20 idées sans les juger, même les plus simples. Le tri vient ensuite. Plus la liste est longue, plus vous avez de chances d'y trouver la bonne.

02 · LE TRI

Trier vos idées

Notez chaque idée de 1 à 5 sur cinq critères. Gardez les deux ou trois meilleures.

CRITÈRE	LA QUESTION À SE POSER	NOTE
Le problème	Est-il fréquent et pénible pour le client ?	1 à 5
La capacité à payer	Le client a-t-il un budget pour le régler ?	1 à 5
Vos compétences	Savez-vous déjà le faire, ou l'apprendre vite ?	1 à 5
Le coût de départ	Peut-on démarrer avec peu d'argent ?	1 à 5
Votre envie	Aurez-vous encore envie dans 3 ans ?	1 à 5



Le bon score

Un repère possible : au-dessus de 18 sur 25, l'idée mérite un test.



Le piège

Garder une idée parce qu'on l'aime, alors que le client n'a pas de budget.

03 · LE POINT DE DÉPART

Le problème avant la solution

Les clients achètent la fin d'un problème, pas un produit. Décrivez le problème en une phrase.

Qui
un client précis

→

Quel problème
concret et fréquent

→

Ce qu'il lui coûte
temps, argent, stress

→

Votre solution
simple et claire

La phrase à compléter

« J'aide **[qui]** à **[résultat]** sans **[le problème actuel]**, grâce à **[votre solution]**. »

EXEMPLE

« J'aide les artisans à envoyer leurs devis le jour même, sans y passer leurs soirées, grâce à des modèles prêts et un envoi simplifié. » En une phrase, le client se reconnaît ou non.

04 · LE CLIENT

Votre client cible

« Tout le monde » n'est pas un client. Plus le portrait est précis, plus le test est fiable.

Le portrait à remplir

- ☐ Qui est-il : particulier, artisan, commerce, PME
- ☐ Où le trouver : lieux, groupes, salons
- ☐ Ce qu'il utilise aujourd'hui pour s'en sortir
- ☐ Ce qu'il dépense déjà pour ce problème
- ☐ Qui décide de l'achat

Les bons signes

- ☐ Il cherche déjà une solution
- ☐ Il paie déjà quelque chose d'imparfait
- ☐ Vous savez où le joindre
- ☐ Il est assez nombreux

À RETENIR

Si vous ne savez pas où trouver vos 10 premiers interlocuteurs, le client cible est encore trop flou. Resserrez avant de passer à la suite.

05 · LA MÉTHODE

Le plan sur 30 jours

Quatre semaines, un objectif par semaine. À la fin, vous décidez sur des faits.

S1 — **Écouter**
10 entretiens

S2 — **Le marché**
concurrents, prix

S3 — **Tester l'offre**
page et engagement

S4 — **Chiffrer**
et décider

1 heure par jour

Le test tient à côté d'un emploi ou d'une autre activité.

Un petit budget

Une page simple, quelques impressions, des cafés offerts.

Un carnet de bord

Chaque réponse notée, le jour même.

✓ BONNE PRATIQUE

Fixez vos critères de réussite dès le premier jour, par écrit. Sinon, on a tendance à interpréter les résultats dans le sens qu'on espère.

06 · SEMAINE 1

Semaine 1 : écouter

Une dizaine d'entretiens de 20 minutes avec des clients possibles. Vous posez des questions, vous ne vendez pas.

1	**Racontez-moi la dernière fois que ce problème est arrivé** Des faits récents plutôt que des opinions.	LE VÉCU
2	**Comment faites-vous aujourd'hui ?** La solution actuelle, même bricolée, et ce qu'elle coûte.	L'EXISTANT
3	**Qu'est-ce qui vous gêne le plus là-dedans ?** Le vrai point de douleur, avec ses mots à lui.	LA DOULEUR
4	**Avez-vous déjà cherché une autre solution ?** S'il a cherché, le besoin est réel.	LE BESOIN
5	**Qui d'autre devrais-je rencontrer ?** Chaque entretien en ouvre un autre.	LE RÉSEAU

LE PIÈGE DE LA POLITESSE

« Bonne idée, j'achèterais » n'engage à rien. Ce qui compte : ce que la personne fait et paie déjà, pas ce qu'elle dit qu'elle ferait.

07 · SEMAINE 2

Semaine 2 : le marché

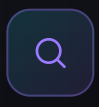
Vérifiez qui répond déjà au problème, à quel prix, et ce qui manque.

À ÉTUDIER	OÙ CHERCHER	CE QUE VOUS NOTEZ
Les concurrents	recherche Google, annuaires, salons	offre, prix, avis clients
Les prix pratiqués	sites, devis demandés, catalogues	fourchette basse et haute
La taille du marché	INSEE, CCI, CMA, fédérations	nombre de clients possibles
Les tendances	études publiques, presse spécialisée	en hausse ou en baisse
Les avis négatifs	avis en ligne des concurrents	ce que les clients regrettent



Des concurrents ?

C'est souvent bon signe : le marché existe et des clients paient déjà.



Aucun concurrent ?

Vérifiez deux fois. Soit c'est une vraie place, soit personne n'est prêt à payer.

08 · SEMAINE 3

Semaine 3 : tester l'offre

Présentez une offre précise, avec un prix, et demandez un engagement concret.

Une page simple

- [ ] Le problème en une phrase
- [ ] Votre solution et ce qu'elle apporte
- [ ] Le prix ou une fourchette
- [ ] Un bouton : être recontacté, réserver

Les engagements qui comptent

- [ ] Un rendez-vous accepté
- [ ] Une demande de devis
- [ ] Une inscription sur liste d'attente
- [ ] Une lettre d'intention d'un pro

VENDRE, C'EST DÉCLARER

Encaisser de l'argent de façon régulière sans être déclaré peut constituer du travail dissimulé. Pour tester avec de vraies ventes, déclarez une activité, ou passez par une couveuse (contrat d'appui au projet d'entreprise) ou une coopérative d'activité et d'emploi.

LES ADRESSES COLLECTÉES

Si vous récoltez des e-mails ou des numéros, dites à quoi ils servent et pour combien de temps (RGPD). Rien d'autre.

09 · SEMAINE 4

Semaine 4 : chiffrer

Un calcul simple dit si l'idée peut vous faire vivre. Les chiffres ci-dessous sont des exemples.

LIGNE	EXEMPLE	VOTRE CHIFFRE
Prix de vente moyen	150 € par prestation	...
Coût direct par vente	30 € (matériel, déplacement)	...
Marge par vente	120 €	...
Frais fixes par mois	600 € (assurance, outils, comptable)	...
Revenu visé par mois	2 400 €	...
Ventes nécessaires par mois	(600 + 2 400) / 120 = 25	...

La question clé

25 ventes par mois : est-ce réaliste avec le temps et les clients dont vous disposez ?

Les cotisations

Selon le statut, une part du chiffre d'affaires part en cotisations et impôts. Intégrez-la.

10 · LA DÉCISION

Lire les résultats

À la fin des 30 jours, trois issues possibles. Toutes sont des réussites, car vous avez évité de deviner.

CONTINUER

Les signaux sont là

- ☐ Douleur confirmée
- ☐ Engagements obtenus
- ☐ Calcul réaliste

AJUSTER

Un point coince

- ☐ Autre client cible
- ☐ Autre prix
- ☐ Offre simplifiée

ABANDONNER

Le marché ne suit pas

- ☐ Aucun engagement
- ☐ Pas de budget
- ☐ Idée suivante de la liste

✓ BONNE PRATIQUE

Ajuster n'est pas échouer. Relancez un cycle court de deux semaines sur le point qui coince, puis décidez à nouveau.

SI VOUS CONTINUEZ

Le choix du statut vient maintenant, pas avant. Notre guide gratuit **Micro, EI, EURL ou SASU : choisir son statut** vous aide à trancher.

11 · LES MODÈLES

Les modèles prêts

Deux messages à adapter pour obtenir vos entretiens et vos premiers engagements.

MODÈLE · DEMANDE D'ENTRETIEN — SEMAINE 1

Bonjour [Prénom],

Je travaille sur un projet pour aider [type de client] à [résultat].
Je ne vends rien pour l'instant : j'aimerais simplement comprendre comment vous gérez [problème] aujourd'hui.

Auriez-vous 20 minutes cette semaine ? 📅
Merci d'avance 🙂
[Nom]

MODÈLE · PRÉSENTATION DE L'OFFRE — SEMAINE 3

Bonjour [Prénom],

Merci encore pour notre échange. Suite à vos retours, je lance [offre] pour [résultat].
👉 Prix de lancement : [prix]. Premières places le [date].

Souhaitez-vous que je vous réserve une place ?
[Nom]

12 · LA CHECKLIST

La checklist des 30 jours

20 points, dans l'ordre, de la première idée à la décision.

- [ ] 20 idées notées
- [ ] Grille de tri remplie
- [ ] 2 ou 3 idées retenues
- [ ] Problème en une phrase
- [ ] Client cible décrit
- [ ] Critères de réussite écrits
- [ ] 10 entretiens menés
- [ ] Réponses notées le jour même
- [ ] Concurrents listés
- [ ] Prix du marché relevés
- [ ] Taille du marché estimée
- [ ] Avis négatifs analysés
- [ ] Offre rédigée avec un prix
- [ ] Page simple en ligne
- [ ] Engagements comptés
- [ ] Règles RGPD respectées
- [ ] Calcul des ventes nécessaires
- [ ] Cotisations intégrées
- [ ] Décision prise et datée
- [ ] Prochaine étape fixée

✓ BONNE PRATIQUE

Cochez au fur et à mesure et gardez la date. Dans six mois, ce carnet de bord sera précieux pour votre banque ou votre business plan.

13 · AUTOMATISER

Le test en automatique

Même pendant le test, certaines tâches peuvent tourner seules et vous laisser le temps d'écouter.

Page
Demandes reçues

→

Tableau
Contacts classés

→

Rendez-vous
Créneaux en ligne

→

Relances
Messages programmés

Ce qui s'automatise

- ☐ La collecte des demandes
- ☐ La prise de rendez-vous
- ☐ Les messages de relance
- ☐ Le comptage des engagements

Ce que vous gardez

- ☐ Les entretiens
- ☐ L'analyse des réponses
- ☐ Le choix du prix
- ☐ La décision

Pour aller plus loin

Nos guides **Fixer vos prix sans vous brader**, **Trouver vos 10 premiers clients**, **Business plan et prévisionnel, simplement** et **Créer sa SASU pas à pas**.

PASSER À L'ACTION

Testez sans vous épuiser

Nous mettons en place la prise de rendez-vous, les relances et le suivi des demandes, pour que vous gardiez votre énergie pour vos clients.

Devis gratuit
Par écrit, sous 24 h ouvrées

Acompte de 50 %
Solde à la livraison

Tout est écrit
Devis et contrat clairs

Vos données chez vous
Installé sur vos comptes

Parlons de votre projet

Dites-nous où vous en êtes. Nous vous proposons une mise en place simple, avec un prix clair.

Demander mon devis gratuit → **WhatsApp**

contact@growthsystemexperts.com

growthsystemexperts.com · WhatsApp +34 663 29 49 52 · contact@growthsystemexperts.com

Sources

Code du travail : articles L8221-3 et L8221-5 (travail dissimulé) · Code de commerce : article L127-1 (contrat d'appui au projet d'entreprise) · Loi n° 2014-856 du 31 juillet 2014 (coopératives d'activité et d'emploi) · RGPD : articles 6 et 13 (base légale et information des personnes) · Bpifrance Création (bpifrance-creation.fr) : fiches études de marché · INSEE (insee.fr) : données sur les entreprises et la population · service-public.fr : démarches de création.

Guide d'information générale, à jour en octobre 2026. Il ne remplace pas l'avis d'un professionnel pour votre situation. © 2026 Growth System Experts. Usage personnel, reproduction et revente interdites.