

Dans la tête de Leeloo, tatoueuse accro au Marketing

Numéro 7

Merci infiniment de ta confiance et de suivre l'aventure

Leeloo Multipass School

Mon objectif : t'enseigner le meilleur de ce que j'ai appris au cours d'années et d'années de formations. De tests. De réussites et d'échecs.

Sur de nombreuses thématiques concernant toutes les facettes du marketing adaptées à la gestion d'un studio de tatouage.

N'hésite pas à me poser tes questions, me faire part de tes problèmes, besoins, envies et suggestions d'amélioration.

Il te suffit pour cela de répondre à l'un de mes emailings, ou de m'écrire à contact@apprendre-le-tatouage.fr

Au programme de ce numéro :

Basé sur mon expérience :

Comment « CULTIVER » votre client ?

Comment « CULTIVER » votre client ?

Et placer votre studio de tatouage à un niveau supérieur.



De nos jours, partout sur le web, on parle de développer son entreprise : comment attirer des clients, utiliser le web pour construire une stratégie marketing efficace, générer des revenus passifs, etc.

Tout ça c'est très bien ! Ta louloute favorite est passée par là.

Mais en amont de cela, bon nombre d'apprentis tatoueurs (peut-être est-ce ton cas ?) se demandent comment franchir le pas pour lancer leur propre tattoo shop ?

Quelles sont les étapes à franchir pour ouvrir son salon ?

Tu maîtrises bien ta machine à tatouer, tu as parcouru de nombreuses conventions de tatouage, pris un maximum de conseils auprès de ton mentor et ...l'idée te trotte dans la tête : je veux me lancer !

Tu es salarié, apprenti ou en phase de reconversion et tu te poses des questions sur comment démarrer ton business de tatoueur.

Dans ta tête - et ton cœur - tu sais que tu vas te lancer!

Mais plein de questions tournent dans ton esprit !

En voici quelques-unes auxquelles vous n'avez pas pensé.

Si vous cherchez le moyen le plus sûr et le plus rentable pour faire de votre studio de tatouage une entreprise viable à long terme, cet opuscule va vous guider à travers 3 points qu'il vous est nécessaire de comprendre.

Ce guide n'est pas pour vous si vous êtes un commerçant de produit. Désolé de vous le dire.

Si vous trouvez dans cet ouvrage des choses intéressantes pour votre commerce, vous ne pourrez en revanche pas tout utiliser pour faire plus de profits. Quoi que !

Vendre des prestations de service, et le tatouage est une prestation de service un peu particulière, c'est se vendre soi-même.

Et vous vous demandez certainement pourquoi certains tatoueurs réussissent mieux que vous dans votre domaine.

Vous vous demandez aussi pourquoi vous avez moins de clients que celui qui se vend 3 fois plus cher que vous (pour le même travail) ... alors que vous êtes (logiquement) plus rentable.

Ces tatoueurs à succès ont compris qu'il y a des clés à trouver pour **se faire payer au prix le plus fort.**

Ils ont découvert les secrets pour devenir **des références et des experts dans leur domaine.**

Ils ont une force tellement puissante que la concurrence, chez eux, n'existe pas.

Ces secrets, vous en trouverez une partie dans ce rapport.

Vous y trouverez les bases pour mettre votre entreprise sur la voie de la réussite à long terme.

Si vous lisez ces lignes espérant trouver des clients demain, vous vous êtes trompé de document.

En revanche, si vous cherchez comment obtenir les meilleurs clients, ceux qui payent plus et tout de suite... si vous cherchez comment être payé 3 fois plus pour la même quantité (même moins) de travail, alors vous êtes au bon endroit.

Les lignes qui suivent vous révéleront (vous les devinerez au fur et à mesure) vos points faibles et les solutions à apporter dans le fonctionnement de votre tattoo shop pour faire des bénéfices qui dépasseront (peut-être) vos espérances les plus folles.

Ne perdons plus une seconde. Allons-y !

1 Êtes-vous libre ?

La question peut paraître un peu bidon.

Vous pouvez vous demander ce que cela a à voir avec votre boutique de tattoos.

La réponse est simple : C'est la base de votre entreprise.

Être libre c'est merveilleux. Rien n'est comparable à la liberté.

Et celui qui pense être libre (mais qui ne l'est pas) se retrouve dans une des prisons les plus dangereuse.

Dangereuse parce que les murs y sont invisibles, mais réels.

Avez-vous été à l'école ? À quel âge ?

OK, alors désolé de vous révéler ça - je ne fais pas dans le développement personnel - mais vous avez été privé de votre liberté à la première godasse que vous avez mis dans une salle de classe.

Dans ces salles de classe, on vous a appris qu'il existait une seconde partie de vous... et on vous a forcé à croire que c'était la partie la plus importante.

Cette partie de vous, c'est celle qu'on vous a appris à ÊTRE !

L'école est l'endroit idéal pour vous apprendre à dépendre des autres.

L'endroit où vous devenez soumis à la validation des autres, dépendant de la reconnaissance par des notes.

L'endroit où l'on vous enseigne les choses à faire pour être intégré.

L'endroit où l'on vous apprend à être un bon petit mouton, faible et soumis.

STOP !!!!!

Que se passerait-il si vous n'aviez pas rencontré cette autre partie de vous-même ?

Vous en seriez resté à fonctionner avec la meilleure partie de vous. Votre moi profond.

N'allez pas penser que je vais vous faire un lavage de cerveau.

En fait, peu importe votre âge, ce lavage de cerveau, vous y avez déjà eu droit.

Et ne faites pas de reproches à vos parents, ils y ont eu droit également.

C'est bien pour ça qu'ils vous ont envoyé à l'école... sans trop savoir pourquoi...hormis la vague idée que vous aviez des choses importantes à apprendre et qu'à eux seuls, ils ne pourraient pas tout vous apprendre.

Dans un monde où l'accès à la vraie connaissance est bridée, il est temps de devenir qui vous êtes réellement.

Qu'est-ce que la VRAIE liberté ?

Je l'ai découverte (ou plutôt redécouverte) il y a 1 ou 2 ans.

Je ne sais plus trop comment ça s'est passé mais à force de recherche, j'ai fini par comprendre ce qu'il y a de plus logique.

Êtes-vous dans ce cas ou l'avez-vous été ?

Vous avez rendu le local qui vous coûtait un bras, de sorte qu'à chaque fois qu'un client venait faire baisser vos tarifs, vous disiez OUI tout de suite de sorte à pouvoir payer votre loyer.

Avec cette petite économie, vous vous êtes retrouvé à n'avoir plus besoin de rien.

Payer le loyer de la maison... les frais pour la voiture, les factures et la bouffe. C'est à peu près tout !

J'ai connu aussi à peu près ça !

Bizarrement, je me suis rendu compte que seul mon blog personnel me permettait de trouver cet argent tous les mois.

Ce seul site me rapporte de quoi être véritablement LIBRE.

- ✓ Libre de dire NON au prochain qui franchit la porte pour me rouler dans la farine.
- ✓ Libre de ne pas accepter de faire des choses que je n'aime pas faire.
- ✓ Libre de ne plus avoir à me justifier de mes décisions.
- ✓ Et enfin libre de gagner plus d'argent que je n'aurais osé l'espérer.

Vous n'avez peut-être pas (encore) ce revenu pour être libre, vous avez peut-être besoin aujourd'hui d'argent assez rapidement.

Mais croyez-moi, si vous suivez les étapes que je vais vous décrire ci-dessous, alors vous n'aurez plus jamais besoin d'argent.

Prendre le départ sera peut-être un peu plus difficile pour vous mais tenez bon... vous verrez que ça paye !

J'aimerais maintenant que vous vous projetiez en possession de ce que vous voulez réellement pour l'instant.

- ✓ C'est de l'argent ?
- ✓ Des vacances ?
- ✓ Une nouvelle voiture ?

✓ Une maison ?

Très bien !

Imaginez-vous maintenant avoir déjà tout ça ! Visualisez-le.

Prenez 5 minutes, fermez les yeux et voyez-vous en possession de tout ce que vous voulez.

Faites-le tous les jours pendant 5 minutes et ne décrochez pas jusqu'à en voir les premières apparitions.

Parce que c'est ce qui va effectivement se passer. Je ne peux pas vous dire quand ni comment. Bien souvent, ça arrivera d'une manière totalement inattendue... parce que vous devez retenir une chose universelle dans notre monde :

Vous ne savez pas ce que vous ne savez pas.

Vous n'êtes peut-être pas prêt à croire en cela. C'est votre droit.

Il m'a fallu des années à tenter d'y croire et pour comprendre tout ça.

Quand on a 20 ans et qu'on veut se créer une belle vie, on cherche des idées de génie...pas à savoir qui on est réellement.

Fermez donc ici le guide si vous êtes dans ce cas présent et revenez le lire dans quelques temps... quand vous serez prêt.

Si, en revanche, vous vous sentez prêt à retourner votre cerveau et à croire que vous avez déjà ce que vous voulez, une nouvelle vie s'ouvre à vous.

Et il est grand temps de mettre ça à profit dans votre studio de tatouage dès aujourd'hui.

2 Attirer le client IDÉAL par votre pensée !

Vous n'avez plus besoin de rien. Vous pouvez donner sans recevoir.

Et quand je dis donner, c'est sans arrière-pensée (profonde) de reconnaissance, de validation ou quoi que ce soit d'autre.

Quand je dis donner, c'est réellement donner tout ce que vous avez dans la tête à propos de votre boutique de tattoos.

Il y a peut-être encore quelques minutes, vous faisiez partie de ce groupe de personnes (les perdants) qui cachent tout le temps leurs astuces, leurs méthodes et leurs secrets.

Êtes-vous de ces tatoueurs qui ne veulent pas prendre d'apprentis ?

Partager vos connaissances ?

Ces personnes n'ont qu'une idée en tête : VENDRE.

Et vous allez voir que c'est loin d'être la meilleure solution pour votre entreprise. C'est en fait la pire des choses à faire.

Maintenant que vous ne faites plus partie de ce groupe de personne, voici comment vous devez regarder votre studio à partir d'aujourd'hui !

Lisez bien ces prochaines lignes, votre vie est sur le point de changer RADICALEMENT !

Arrêtez de vendre... et trouvez ce qui sera le plus profitable.

Si vous êtes un tatoueur un peu connu qui est souvent consulté pour faire des tatouages, vous devez faire preuve de créativité.

Mais ça vaut le coup de vous poser la question :

« Comment puis-je immédiatement arrêter de prendre des commandes de tattoos et commencer à diffuser plus de valeur à mon client pour qu'il me voit en tant qu'expert ? »

Si vous grillez cette étape, vous resterez coincé à prendre des commandes pour seulement des tattoos ou pire, des flash pour le restant de votre vie.

Vous avez fait le souhait de changer votre vie et vous allez devenir maintenant **un véritable expert dans votre domaine.**

En donnant plus de conseils à votre client, vous serez en capacité de vous faire payer plus cher pour le même service.

Et il y a une méthode toute prête pour vous faciliter cette transmission de connaissance à vos clients.

Cette méthode est si puissante que peut-être vous ne l'aviez pas encore remarqué.

Devenez tout simplement... Celui qui pose les questions et contrôle la relation.

Vous ne pouvez pas gagner d'argent si vous ne connaissez pas le but ultime de votre client.

Si l'on reprend le cas du tatoueur ci-dessus, son client ne veut pas seulement un tatouage. Il veut un tattoo parce que ça va lui permettre d'**atteindre un objectif profond**.

C'est de cet objectif que votre entreprise dépend.

Apprenez à poser les questions.

Nous sommes tous atteints du même syndrome : **Parler de nous-même**.

Ce dont les gens (et vos clients) adorent le plus parler, c'est d'EUX-MÊME !

Et plus vous ferez parler votre interlocuteur, plus vous décèlerez ses véritables besoins.

Toujours pour le tatoueur. Va-t-il maintenant vendre SEULEMENT un tattoo au client qui le contacte ?

Non ! Aujourd'hui, il va vendre un tatouage portrait réaliste, qui lui permet d'incraser sur sa peau le visage de sa mère décédée. .

Vous voyez la valeur que « poser des questions » peut apporter dans votre entreprise ?

Arrêtez de vendre bêtement et **devenez celui qui pose les questions** et qui aide son client à trouver ses véritables motivations.

Jouez le Win-Win !

Vous pouvez apporter de la valeur à votre client si vous savez exactement ce qu'il cherche à obtenir.

Mais vous resterez un simple vendeur de tattoos flash (fondu dans la masse), si vous ne posez pas les questions pour apporter des solutions concrètes.

N'oubliez pas que vous exercez dans le domaine des relations. Plus forte sera votre relation avec le client, plus il lui sera difficile de vous comparer à quelqu'un avec qui il n'a pas de relation.

Votre entreprise est fondée sur l'échange de valeur entre 2 personnes.

Peu importe les moyens employés pour apporter cette valeur, à la fin de la journée, vous êtes toujours une personne aidant une autre personne.

C'est là que l'argent se cache.

Et c'est vous aujourd'hui qui contrôlez le jeu.

Faites-le parler encore et encore jusqu'à ce qu'il arrive au vrai besoin.

Maintenant, j'aimerais vous présenter un simple outil qui va supprimer toute appréhension d'être questionné à votre tour par votre client.

J'appelle ça la « crêpe » !

Premièrement, dénchez le véritable besoin de votre client.

Si vous n'avez pas ça, vous ne pouvez tout simplement pas utiliser cet outil génial. Croyez-moi !

Ne poursuivez pas une conversation avec un prospect sans lui avoir demandé ce qu'il tente de trouver. Son objectif final à atteindre.

Ça semble évident, mais ça ne l'est pas toujours.

On a vite fait de zapper cette base en pleine conversation.

Trouver cette information est très simple : « Mr le client... pouvez-vous me dire exactement ce que vous cherchez à atteindre ? À quoi devrait ressembler votre quête ? »

Dans un second temps, si vous êtes poussé dans vos retranchements, utilisez « la crêpe » pour contourner la question et reprendre le contrôle.

Par exemple... disons que le client vous demande quelque chose du genre :

« Bien Éric, je cherche quelqu'un qui saura faire mon tatouage avec telle caractéristique précise. Votre expérience en tatouage réaliste semble faible. Pourquoi devrais-je travailler avec vous ? »

Votre premier réflexe pourrait être celui de la majorité :

Vous tenteriez de prouver que vous savez tatouer des portraits réalistes et que vous saurez faire ce que le client désire.

Malheureusement, vous n'êtes peut-être pas le plus expérimenté pour faire ça.

Vous allez perdre du temps pour prouver (peut-être toute votre vie) que vous savez le faire. Vous allez vous retrouver dans la position de l'écolier qui dépend de la validation de ses profs, parents, amis, etc.

Ne jouez pas à ce jeu ! Ne l'oubliez pas.

Aujourd'hui, vous êtes libre.

Vous n'avez pas besoin de ce client. Il peut aller voir ailleurs et vous faire gagner du temps pour trouver d'autres clients.

Mais vous pouvez aussi procéder autrement en contournant la question de façon très simple.

Et voici ce que ça donne : « Mr le client, je comprends que vous cherchiez quelqu'un qui sache vous encre un portrait hyper réaliste couleur ... mais j'ai une question pour vous.

Qu'est-ce qui vous fait penser que ce motif est la meilleure solution à adopter ?

Qu'est-ce qui vous rend si confiant là-dedans pour la réalisation de votre idée de tattoo ? »

Vous avez vu ?

Idée très simple, et surtout très puissante pour retourner la situation à votre avantage.

Vous pouvez utiliser « la crêpe » des milliers de façons différentes, rien que dans la thématique du tatouage.

Tout ce que vous avez à faire est de recentrer le client sur son objectif principal. (Comme retourner une crêpe)

Répondre aux questions du client n'est pas un test. Ce n'est pas l'école. C'est la vie.

Répondre aux questions est sûrement la plus grosse opportunité que vous avez dans votre business.

Où il y a des questions, il y a des opportunités pour apporter plus de valeur.

Et cette méthode de « la crêpe » vous aide à faire tout ça.

Avez-vous une idée de combien d'argent « la crêpe » peut apporter à votre entreprise ?

Pas plus tard qu'il y a deux mois, cette technique ma permit de transformer pour un ami, un projet à 500€ en un projet à 7200€.

Vous avez facilement de meilleurs arguments quand un client, venu pour un simple tattoo au départ, finit par vous avouer qu'il rêve depuis longtemps se faire tatouer un dos complet.

Votre tarif de prestation par rapport à son besoin initial devient plus cohérent et, à moins d'être à côté de la plaque, il se rendra compte qu'il ne peut pas vous demander de lui faire un magnifique tatouage sans vous payer la juste valeur de ce que vous allez lui apporter.

Autre exemple : Le même problème se posera si vous êtes coach en développement personnel.

Vous aurez plus de valeur à vendre si votre cliente vous avoue vouloir améliorer sa relation conjugale...et pas seulement suivre un de vos cours.

Posez les questions ! Posez les questions ! Et posez les questions !

Vous avez besoin de connaître 2 choses importantes quand vous parlez avec un futur client.

A. Quel est son objectif principal. Qu'est-ce qu'il veut réellement.

Par exemple il ne veut pas un tatouage, il veut un tattoo parce que ça va lui apporter telle ou telle chose.

B. Vous avez besoin de savoir ce que l'atteinte de ce but procurera à votre client.

En fait, quelle valeur a ce but pour lui ? Sans ces informations, vous êtes perdu ! Donc les questions que vous posez doivent sans arrêt tourner autour de ça.

Avec ces informations, il est plus facile d'avoir un client prêt à payer la somme que VOUS voulez.

C'est essentiel si vous ne voulez pas rester un (simple) preneur d'ordre.

Mais il y a quelque chose de très particulier, que vous pouvez commencer tout de suite, qui peut vous faire doubler vos tarifs de prestation sans craindre la concurrence.

Parce que nous allons le voir ensuite... vous allez apprendre à faire quelque chose que très peu de tatoueurs osent faire :

se faire payer à l'avance.

Devenez un expert « incomparable »

Qu'est ce qui peut bien vous différencier, si vous êtes tatoueur, d'un autre tatoueur ?

À première vue, pas grand-chose. Mais si vous passez votre temps à faire des tatouages pour vos clients, n'y aurait-il pas là une opportunité d'apprendre quelque chose de complémentaire à votre activité ?

Ne trouveriez-vous pas des clients encore meilleurs si vous pouviez, en plus d'un tattoo, apporter un supplément d'attraction dans le regard des autres ?

Plus simple... ne seraient-ils pas prêts à vous payer plus cher si vous leur proposiez également de trouver leur marque pour se démarquer des autres ?

Par exemple :

- ✓ un coiffeur n'aurait-il pas intérêt à suivre une formation de visagiste pour apporter de la valeur à ses client(e)s ?
- ✓ Un coach en développement personnel n'aurait-il pas plus de valeur s'il se formait à l'hypnose Ericksonienne ?
- ✓ Un conseiller en finance et placement n'aurait-il pas tout intérêt à apprendre les rouages de l'immobilier pour trouver des montages de placement financier ?
- ✓ ...

La meilleure façon de faire disparaître tout signe de concurrence est de **devenir un as dans 2 domaines de compétences.**

Quand vous avez développé 2 compétences, vous pouvez proposer un service sans aucune concurrence. Un service plus adapté à la demande de vos clients qui n'auront d'autres choix que de vous prendre.

Pour la petite démonstration, laissez-moi vous expliquer comment j'ai mis à profit cette règle.

Vous le savez, j'en ai déjà parlé sur mon blog « Apprendre le tatouage », je suis la seule à parler d'apprentissage du tatouage et de marketing orienté studio de tatouage.

C'est simple, je suis la seule sur ce créneau !

Une de mes autres compétences, c'est que j'adore chiner. J'adore passer mon temps dans les Emmaüs et sur Leboncoin pour faire de bonnes affaires. Maintenant... il ne me reste plus qu'à me lancer : « Webmarketeuse pour brocanteurs ».

Est-ce que je vais avoir des concurrents ? Vérifiez-le ! Pas le moins du monde.

Je n'ai pas l'envie de me spécialiser de la sorte. En revanche, je pourrais rédiger un guide : « Comment devenir E-brocantier ou Brocantier 2,0 »

Vous voyez où ça peut vous mener d'avoir au moins 2 compétences ?

Devenez maître dans 2 domaines et vous aurez une longueur d'avance pour atteindre ce **statut d'expert** que votre client recherche.

Attention, quand je parle de 2 compétences je ne parle pas de 2 styles de tatouages !

Maintenant, il est temps de passer à la caisse. Vous avez démontré votre compétence, vous savez ce que veut votre client et ce que vous voulez vous-même !

Vous devez annoncer le tarif et les conditions.

3 La vie est trop courte ! Faites-vous payer en premier !

En tant que tatoueur indépendant ou guest il n'y a rien de pire que : « d'attendre le règlement ».

Donc l'une des façons les plus rapides pour catapulter votre chiffre d'affaire est de vous faire payer (quand tout le plan est expliqué au client) TOUS vos frais en avance.

Vous prenez un contrat pour un dossier complet totalisant 5 000€ ? Demandez les 5 000€ tout de suite. Si votre client rechigne à cela, ne vous

inquiétez pas. Cela signifie simplement que votre position actuelle dans son esprit n'est pas assez forte pour faire des affaires à long terme (avec ce client).

Améliorez donc votre méthode de vente en améliorant vos emails, vos articles, les vidéos que vous postez.

Il faut que votre client soit un client IDÉAL !

Et vous pouvez choisir ce client dès maintenant.

C'est très difficile de réinitialiser le positionnement avec un client une fois qu'il est cimenté dans sa tête.

Il est généralement plus facile d'obtenir de nouveaux clients avec qui repartir sur de bonnes fondations dès le début.

C'est généralement pour ça qu'au fur et à mesure, **une newsletter DOIT perdre des lecteurs.**

Si vos clients disent quelque chose comme : « Je ne peux pas le faire. Je ne peux pas vous payer à l'avance, les comptes sont serrés, » alors ma suggestion est de trouver de nouveaux clients.

Vous ne pouvez pas laisser leurs problèmes devenir les vôtres.

En tant que chef d'entreprise, vous en avez assez avec les vôtres.

Voici une autre raison de se faire payer en premier :

Considérez le scénario où vous êtes en attente de l'achèvement d'un projet pour récupérer 50% de vos frais.

Si le client traîne des pieds et que le projet n'est jamais « terminé », devinez qui ne va pas recevoir son argent ?

- ✓ Voulez-vous souffrir à cause de votre client ?
- ✓ Est-ce que c'est « la vie » ?
- ✓ Est-ce quelque chose que vous devez simplement accepter ?

Alors, quel est l'obstacle qui vous empêche de demander ce que vous voulez d'abord ?

Qu'est-ce qui vous empêche de vous faire payer à l'avance ?

Est-ce que ça vous paraît complexe de savoir comment un système de prépaiement fonctionne ?

En tant que propriétaire de votre studio, il est de votre responsabilité de le faire. Et ce n'est pas difficile.

Avez-vous peur que votre client va rechigner ou dire « Non ? »

Ou que vous allez ruiner vos chances futures d'avoir du travail ?

Vous devez dégommez cette peur. Ça ne va pas vous aider.

Franchement, est-ce que vous voulez travailler sur le long terme avec un client comme ça ? Bien sûr que non.

Vous vous demandez comment vous allez vendre l'idée du paiement à l'avance à un client alors que « personne d'autre » le fait ?

Voilà un véritable problème de marketing ... vous pouvez corriger ça.

Votre client doit avoir la VOLONTÉ de travailler avec vous.

L'attraction doit être forte.

Car alors, faire des affaires à vos propres conditions devient beaucoup plus facile.

Est-ce que les gens marchandent la prestation d'un chirurgien cardiaque lorsqu'ils doivent le régler ? Bien sûr que non.

Si le médecin voulait être payé à l'avance de ses frais, les gens auraient-ils un problème avec ça ?

Vous ne faites pas de chirurgie cardiaque, mais il n'y a aucune raison pour dévier du positionnement d'un vrai professionnel.

Si vous êtes actuellement payé pour votre temps, au moins, faites-vous payer d'avance pour des blocs de temps.

Vous serez encore payé pour du temps (qui n'est franchement pas la stratégie à adopter), mais au moins vous pourrez (mieux) contrôler votre trésorerie.

Contrôler vos rentrées d'argent est essentiel.

Ça vous permettra de vous concentrer davantage sur votre travail et de réduire votre stress.

Relisez cette dernière phrase.

Je m'en sers comme argument quand un client reste indécis. Faites-lui comprendre que vous travaillerez mieux avec de l'argent sur votre compte en banque.

Il le comprendra aussi bien que vous (il a aussi un compte en banque).

Être payé en avance d'une prestation peut sembler aberrante au premier coup d'œil. Mais logique !

L'idée qui suit est toute aussi logique.

Cessez tout de suite d'être payé pour votre temps ?

Hein ? Quoi ? Je vous entends déjà et pourtant c'est très logique. Disons que vous travaillez pour 80€ de l'heure... à la fin de la journée, vous aurez gagné 640€.

Dans le meilleur des cas, si tous les clients s'enchaînent bien.

Dans votre journée, à moins d'être un bourreau de travail et l'esclave de vos clients, vos journées feront toujours 8h.

Et c'est vous qui vous placez dans une situation délicate. Vous ne pouvez plus revenir en arrière quand vous travaillez à l'heure.

Pourtant ! Le client se contrefiche de savoir si le travail est fait en 5 minutes ou en 15 jours.

Ce qui compte pour lui, **c'est que certains délais soient respectés** (Sans devoir travailler à l'arrache bien entendu et bâcler le résultat).

De votre côté en revanche, l'objectif de votre boutique est de prendre toujours de **meilleurs clients** tout en optimisant ce que vous faites de vos journées.

Exemple : Si vous montez un site web à la main... c'est votre problème.

Si vous avez fait développer un outil qui conçoit les sites en 10 fois moins de temps, votre client n'est pas tenu de le savoir.

Vous optimisez votre entreprise, lui veut optimiser son projet de tattoo.

Et c'est souvent ici que l'on fait une grosse erreur.

J'ai eu le cas aussi.

À mes débuts, faire un site web me prenait 1 semaine, je demandais 1.200€. Aujourd'hui, ça ne me demande plus que 3 ou 4 heures... et j'ai baissé mes tarifs. Il m'arrive même de le faire gratuitement...pour des potes.

Pourquoi ? Parce que je dévalorise mon travail. Et c'est quelque chose que vous devez arrêter de faire immédiatement.

Votre entreprise ne décollera pas si vous commencez à brader ce que d'autres font payer plein pot.

D'une part vous laissez de l'argent sur la table. D'autre part, vous massacrez votre réputation en devenant accessible pour n'importe qui.

N'oubliez pas ! Vous êtes libre...vous êtes une star... et les stars sont inaccessibles.

Vous êtes (maintenant) un expert !

Votre objectif à partir d'aujourd'hui, c'est de créer des succès d'affaires. Pas de rendre heureux vos clients.

Rendre les gens heureux peut aider à la réussite, mais votre entreprise vivra toujours pour l'argent que vous y faites rentrer en fonction de la valeur que vous créez pour votre client.

Retenez-le une bonne fois pour toutes.

Et souvenez-vous bien : Vous êtes aujourd'hui libre.

Vous n'avez besoin de personne, d'aucune validation, d'aucune reconnaissance des autres.

Je vous souhaite un bon voyage avec votre studio de tatouage.

Leeloo Comment attirer des clients constamment de sorte à ne jamais être à court de travail ... Ni stressé !

La question qui me revient sans arrêt, surtout sur internet, est la suivante :

« Ok Leeloo ! Mais comment je trouve ces clients. Comment je fais pour ne pas manquer d'argent dans les 10 prochaines années de ma vie »

La réponse est assez simple, il faut démontrer votre niveau d'expertise et la démontrer au bon endroit.

Quand vous trouvez l'endroit idéal, il ne reste plus qu'à planter une graine et à laisser germer le tout.

En marketing, on appelle ça le marketing viral.

J'ai décidé de partager toutes mes méthodes dans une newsletter spécialement dédiée aux tatoueurs (comme vous) qui souhaitent réussir leur studio de tatouage... et leur vie.

Cette newsletter contient quelques années de recherche, de tests et d'expériences sur internet ... et hors ligne.

Je n'ai rien à vous prouver. Je n'ai pas l'intention de vous forcer à lire ces emails.

Sachez juste que vous y trouverez (peut-être) des choses auxquelles vous n'aviez pas pensé auparavant.

Vous pouvez vous inscrire quand vous le voulez.

Vous pouvez également vous désinscrire de cette newsletter à n'importe quel moment... en cliquant sur le lien (obligatoire) de désinscription en fin de chaque mail.

Je vous dis à tout de suite. Ou à plus tard !

Je sais de toute façon que tout le monde ne prendra pas une décision aujourd'hui.

Prenez votre temps. Moi, je suis déjà libre ;)

Leelo