



GEN-Z BUSINESS ACCELERATOR

Accélération digitale pour PME par jeune expert natif digital

« Motivé mais stressé — j'ai l'impression de jouer mon unique chance avant de devoir abandonner. »

Participant Thomas Leroy

Démarrage Avril 2025

Objectif 3 clients · 1 500 €/mois récurrent d'ici octobre 2025

Niveau Essentiel

Comment lire ce document

Ce document traduit ton projet en actions concrètes et mobilisables immédiatement. Il est construit à partir de ce que tu as, pas de ce que tu n'as pas encore.

Ce document est

- Construit sur tes ressources internes existantes
- Activable sans prérequis externes
- Un outil de mise à l'épreuve du réel

Ce document n'est pas

- Une promesse de résultat
- Un plan stratégique long terme
- Un engagement financier

Comment l'utiliser

- Suivre les étapes dans l'ordre
- Désigner le premier geste concret avant toute autre action
- Revenir aux KPI à chaque point d'étape

GEN-Z BUSINESS ACCELERATOR

Niveau Essentiel

Nature & Horizon

Nature

Consulting transformation digitale PME

Horizon

6 mois — 3 clients accompagnés

Objectif

1 500 €/mois récurrent d'ici octobre 2025

Format

Pack 3 mois · 1 800 € HT · paiement échelonné

Zone

Agen & territoire Lot-et-Garonne (30 km)

Ce qui est activé

Légitimité

Compréhension native des codes jeunes

Méthode

Mystery shopping générationnel + transformation identité

Équipe

Lisa (graphiste) · Antoine (dev web) · 3 testeurs

Outils

Canva Pro · Google My Business · WordPress

Budget

Investissement 0 € — collaborateurs payés sur encaissements

Principe directeur · Transformer la légitimité générationnelle en avantage concurrentiel business immédiatement activable.

Hypothèses de départ

- Les PME agenaises 45-65 ans perdent 20-30 % de CA lié à la fuite générationnelle
- Une transformation visuelle + digitale en 3 mois génère +25 % de clientèle jeune
- Un consultant natif digital à tarif PME est inédit sur le marché local
- Le bouche-à-oreille suffira à assurer la montée en charge après le 1er client

Ce que l'on vérifie en semaine 1-4

- Les PME ciblées acceptent un diagnostic gratuit (taux > 30 %)
- Le pitch générationnel crée la confiance dès le 1er rendez-vous
- La méthode mystery shopping convainc les dirigeants sceptiques
- Lisa & Antoine livrent dans les délais et tarifs négociés
- Délai contact → RDV gérable (1-2 semaines) malgré les cycles longs du territoire

Points de déclenchement

- 1er client signé → activer équipe complète et planifier audit choc
- 2e client → dupliquer méthode + retour d'expérience client 1
- 3e client → systématiser et préparer expansion territoire
- Bilan 6 mois → décision montée en gamme ou pivot

Étapes 1 & 2

1 Finalisation méthode et outils

OBJECTIF

Guide « Gen-Z Translation » (version de travail) + kit simplifié + testeurs sous contrat

ACTIONS CLÉ

- Rédiger le guide méthodologique — version de travail (lundi-mardi)
- Créer un kit commercial simplifié (PDF 4 pages) — version complète en semaine 2
- Recruter et contracter l'équipe mystery shoppers (jeudi)
- Tester la méthode sur un cas fictif avec Lisa/Antoine (vendredi)

✓ Guide testé, kit simplifié activable, testeurs sous contrat

2 Prospection ciblée (semaine 2)

OBJECTIF

15 à 18 PME contactées ; 2 à 3 RDV confirmés, le reste en programmation

ACTIONS CLÉ

- **Lundi** : identifier 50 PME + 3-4 premiers contacts
- **Mardi** : 3-4 contacts + finaliser le kit complet
- **Mercredi** : 3-4 contacts + premières confirmations RDV
- **Jeudi** : 3-4 contacts + relance des sans-réponse
- **Vendredi** : derniers contacts (15-18 au total) + bilan

✓ 2 à 3 RDV confirmés, le reste programmé pour semaine 3

Étapes 3 & 4

3 Premiers diagnostics (semaine 3)

OBJECTIF

5 diagnostics réalisés + propositions envoyées — signature attendue en semaine 4

ACTIONS CLÉ

- **Lundi** : audit express PME #1 (1h) + restitution immédiate
- **Mardi** : proposition PME #1 (48h, réflexion laissée) + audit PME #2
- **Mercredi** : audit PME #3 + relance PME #1 si pas de retour
- **Jeudi** : audit PME #4 + propositions envoyées à PME #2 et #3
- **Vendredi** : audit PME #5 + bilan (relances en cours)

✓ 5 diagnostics réalisés, propositions en cours de décision

4 Démarrage 1er client (semaine 4)

OBJECTIF

Signature du premier client + lancement de sa transformation

ACTIONS CLÉ

- **Lundi** : relance et signature du 1er contrat (600 €)
- **Mardi à mercredi** : audit terrain + mystery shopping (2 jours)
- **Jeudi** : restitution « présentation choc » + brief Lisa/Antoine
- **Vendredi** : lancement LinkedIn + réseaux locaux

✓ Premier contrat signé, planning validé, équipe Lisa/Antoine mobilisée

5 Montée en charge (mois 2-4)

OBJECTIF

3 clients en transformation simultanée — méthode optimisée et documentée

ACTIONS CLÉ

- Transformer clients 1 & 2 en parallèle + prospection continue (15 contacts/semaine)
- Développer les partenariats CCI Lot-et-Garonne dès le mois 3
- Viser 1 article presse locale (La Dépêche / Sud-Ouest) via success story client
- Ajuster la méthode selon les retours terrain — révision si NPS < 8/10

✓ CA mensuel 1 200 € atteint, 5 recommandations LinkedIn obtenues

6 Bilan & systématisation (mois 5-6)

OBJECTIF

Méthode prouvée, revenus 1 500 €/mois stabilisés, expansion préparée

ACTIONS CLÉ

- Réaliser le bilan chiffré : évolution clientèle jeune par tranche d'âge (objectif +25 %)
- Documenter les cas de transformation en études de cas avant/après
- Activer les suivis mensuels à 150 €/mois auprès des clients transformés
- Évaluer l'expansion vers Villeneuve-sur-Lot / Nérac — ou remote Toulouse/Bordeaux

✓ 3 PME transformées, 10 800 € CA semestriel, 60 % clients en suivi récurrent

Actions prioritaires immédiates

Démarrage possible dans les 2h suivant la lecture — dans cet ordre, sans attendre.

1

Lundi 7/04 — Rédiger le guide « Gen-Z Translation »

Jour 1

Version de travail structurée (poursuite mardi). ~4h.

2

Mercredi 9/04 — Créer le kit commercial simplifié

Jour 3

PDF 4 pages, activable immédiatement. Version complète (PPT 15 slides) en semaine 2.

3

Vendredi 11/04 — Tester la méthode et recruter les testeurs

Jour 5

Cas fictif avec Lisa/Antoine + contrats des testeurs mystery shopping.

4

Semaine 2 — Identifier 50 PME et contacter 15 à 18 prospects

S2

Annuaire CCI Lot-et-Garonne. Objectif réaliste : 2-3 RDV confirmés, le reste programmé (délai 1-2 semaines).

5

Semaine 3 — Réaliser les diagnostics et envoyer les propositions

S3

5 diagnostics, propositions avec temps de réflexion — signature attendue en semaine 4.

6

Semaine 3 — Prendre rendez-vous CCI Lot-et-Garonne

S3

Contact service accompagnement PME. Planifier co-animation atelier. Légitimité institutionnelle.

7

Semaine 4 — Signer le premier client et lancer sa transformation

S4

Relance et signature en début de semaine, puis audit terrain + brief Lisa/Antoine.

Collaborateurs validés

- Lisa Chen — Graphiste identité PME · 10h/sem · 400 €/identité
- Antoine Moreau — Dev web PME · 15h/sem · 800 €/site
- 3 testeurs locaux à identifier — mystery shopping · 50 €/test
- Organisation : WhatsApp + Google Drive + Trello

Outils & bases de données

- Canva Pro — visuels clients (gratuit étudiant jusqu'en juin 2025)
- Google My Business — présence locale clients
- WordPress.com — sites web clients formation incluse
- Annuaire CCI / Pages Jaunes / SIRENE — bases prospects

Réseau et prescripteurs

- CCI Lot-et-Garonne — co-animation ateliers + recommandations
- Comptables locaux — prescripteurs naturels tissu PME local
- La Dépêche du Midi — premier contact établi via réseaux sociaux
- Réseau familial/amical — insertion facilitée tissu local

Compétences propres

- Maîtrise native codes communication génération Z et Millennials
- Formation business école : structuration offre + discours client
- 90 % outils maîtrisés (WordPress, réseaux sociaux, Google)
- Mobilité vélo/tram (déplacements 15 min max, coût nul)

Crédibilité face aux dirigeants seniors

La jeunesse peut jouer contre toi au premier contact. Compenser par une présentation ultra-structurée, des cas concrets et la garantie satisfait/remboursé après audit.

Dépendance à Lisa & Antoine

Si un collaborateur se désiste, le plan B doit être activé immédiatement. S'assurer que les 2 graphistes ESC Bordeaux et la plateforme freelance sont pré-qualifiés.

Mesure des résultats clients (déclaratif)

L'évolution du CA par tranche d'âge repose sur le déclaratif client. Compléter par des métriques objectives : avis Google, trafic web (Analytics), taux engagement réseaux.

Saturation capacité (max 3 clients simultanés)

Au-delà de 3 clients, la qualité de livraison et les délais sont menacés. Respecter ce plafond — prioriser satisfaction sur volume pendant les 6 premiers mois.

Marché local limité (Agen 33 000 hab.)

Le potentiel local est réel mais borné. Après 3-4 clients, l'expansion vers Villeneuve-sur-Lot / Nérac doit être anticipée — ne pas attendre d'être bloqué.

Saisonnalité budgétaire PME

Les budgets PME sont concentrés en janv-mars et sept-oct. Adapter le rythme de prospection — intensifier en périodes favorables, préparer des cas de transformation en juillet-août.

Indicateurs de suivi (KPI)

Indicateur	Fréquence	Signal de décision (seuil d'alerte)
Nouveaux contacts PME	Hebdomadaire	< 10 → réviser ciblage + canaux
RDV diagnostic obtenus	Hebdomadaire	< 2 → améliorer script de prospection
Taux conversion diagnostic → contrat	Mensuel	< 20 % → retravailler l'offre + garanties
NPS client fin transformation	Par projet	< 7/10 → audit process + prolongement gratuit
Délais projets respectés	Par livrable	< 80 % → renforcer coordination équipe
CA mensuel	Mensuel	< objectif → accélérer prospection ou revoir tarifs
Augmentation clientèle jeune client	À 3 mois	< 25 % → prolonger accompagnement + identifier blocages
Amélioration avis Google clients	À 3 mois	< +0,5 étoile → revoir stratégie avis
Recommandations clients obtenues	Mensuel	< 80 % → systématiser demande en fin de projet
Articles presse locale	Trimestriel	0 article → activer contact La Dépêche du Midi

Critères de décision

Ces critères permettent de prendre des décisions informées à chaque point d'étape — sans attendre la fin du cycle.

CONTINUER

- Taux conversion diagnostics $\geq 30\%$
- NPS clients $\geq 8/10$ — satisfaction forte
- Résultats clients : +25 % clientèle jeune atteints ou dépassés
- CA mensuel dans la trajectoire prévue (600 / 1 200 / 1 800 €)

AJUSTER

- Conversion $< 25\%$ → retravailler ciblage PME + pitch + diagnostic gratuit
- Satisfaction client < 8 → audit process livraison + renforcement équipe
- Résultats clients $< 20\%$ → réviser méthode + formation codes générationnels
- Un collaborateur défaillant → activer le plan B identifié dès le départ

ARRÊTER / PIVOTER

- Aucune signature après 8 diagnostics gratuits → révision profonde positionnement
- Résultats clients nuls après 2 transformations complètes → pivot vers conseil marketing général
- Impossibilité de livrer dans les délais avec 3 clients → réduire à 2 clients max et recalibrer
- CA $< 50\%$ objectif à 6 mois → envisager reconversion partielle ou retour CDI prioritaire
- Pas d'encaissement réel d'ici fin mai → condition posée par tes parents : réévaluer une recherche de CDI en parallèle



En synthèse

01

Un positionnement unique et inattaquable

Seul consultant natif digital à tarif PME sur le marché local d'Agen — légitimité impossible à reproduire par un senior.

02

Une méthode différenciante et documentée

Mystery shopping générationnel + transformation identité en 3 mois. Méthode propriétaire « Gen-Z Translation », équipe rodée.

03

Faisabilité totale à budget zéro

0 € d'investissement, outils gratuits, collaborateurs payés sur encaissements. 25h/semaine compatibles avec recherche CDI parallèle.

04

Un objectif réaliste et traçable

3 clients accompagnés = 1 500 €/mois récurrent d'ici octobre 2025. KPI et critères de décision intégrés pour ajuster en temps réel.

05

Un démarrage possible dans les 2 heures

Appeler la CCI Lot-et-Garonne avec le script fourni. Tout est prêt. La première action concrète : rédiger le guide méthodologique lundi matin.

À propos de ce document

Ce document a été produit par une orchestration multi-IA supervisée par un humain. Il peut contenir des erreurs. Les éléments importants méritent d'être vérifiés avec votre accompagnateur.

Ce plan d'action repose sur les ressources, compétences et contraintes telles qu'elles ont été déclarées. Son réalisme est conditionné par l'exactitude et l'honnêteté de ce qui a été exprimé lors de la collecte et des sessions de travail.

Elytria ne peut pas garantir la réussite du projet. Cette réussite dépend de facteurs qui lui sont extérieurs — notamment de la manière dont le plan va vivre en fonction des retours terrain.

Ce plan est conçu pour lancer l'action. Ensuite, il vit avec le projet : il s'ajuste en fonction de ce que le terrain révèle, et se révisé chaque fois que nécessaire. Les indicateurs de suivi et les critères de décision sont les outils de cette vie du plan.

Ce document n'est pas une promesse de résultat. C'est ce qui permet de commencer.