

ELYTRIA

Trame narrative de restitution

— *Plan d'action opérationnel*

PORTEUR-SE Thomas Leroy

PROJET RETENU ET NIVEAU Gen-Z Business Accelerator — Niveau Essentiel

LOCALISATION Agen, Lot-et-Garonne, Nouvelle-Aquitaine

STRUCTURE D'ACCOMPAGNEMENT ET RÉFÉRENT Non renseigné dans les livrables sources (à compléter si connu avant la séance)

LANGUE ET POSTURE Français · tutoiement

DURÉE DE SÉANCE 30 minutes

ÉCHÉANCE-CLÉ EXPRIMÉE PAR LE PORTEUR Objectif : 3 clients · 1 500€/mois récurrent d'ici octobre 2025 (démarrage : avril 2025)

Rappel de posture

Ce document traduit un choix déjà fait — Gen-Z Business Accelerator, Niveau Essentiel — en actions concrètes ; ce n'est pas une nouvelle décision à prendre. La séance vérifie que Thomas comprend le plan et que celui-ci est réellement faisable pour lui, elle ne rouvre pas le choix du projet. Mon rôle change par rapport aux séances précédentes : je n'ouvre plus un espace de choix, je vérifie la compréhension et la faisabilité concrète, notamment sur les Actions prioritaires immédiates. Je rappelle si besoin que ce plan s'ajuste au contact du terrain — ce n'est pas une promesse de résultat.

Points de vigilance transversaux

Ces fils traversent plusieurs slides du document plutôt qu'une seule ; ils se limitent à ce qui est explicitement documenté dans le Docx. Ils complètent — sans les remplacer — les points de vigilance propres à chaque slide.

1. Crédibilité face aux dirigeants seniors — une tension qui traverse le document

Slides concernées — slides 3, 10, 12 et 13

La légitimité générationnelle est présentée comme l'atout central (slide 3, slide 13 point 01), mais la crédibilité face à des dirigeants de 45-60 ans reste le premier point de vigilance nommé (slide 10) et un facteur de révision en cas d'échec (slide 12, critère « révision profonde positionnement »).

Posture à tenir — Vérifier la faisabilité réelle de cette crédibilité plutôt que réexposer l'atout ou le risque séparément.

2. Le seuil de clients simultanés varie selon la slide — 2, 3 ou 4 selon le contexte

Slides concernées — slides 3, 9, 10 et 12

L'horizon affiché est de 3 clients accompagnés (slide 3) ; la slide 10 fixe un plafond de vigilance à 3 ; le Docx calcule le budget-temps sur un plafond théorique de 4 ; la slide 12 prévoit un repli à 2 clients max en cas de difficulté de livraison.

Posture à tenir — Clarifier que ces chiffres répondent à des logiques différentes (objectif, vigilance qualité, calcul économique, seuil de repli) plutôt que de choisir un seul chiffre comme « le bon ».

3. La dépendance à Lisa et Antoine (collaborateurs) revient à plusieurs endroits

Slides concernées — slides 5, 6, 9 et 10

Lisa et Antoine sont mobilisés dès les étapes 1 et 4 (slides 5 et 6), présentés comme ressources validées (slide 9), puis nommés explicitement comme risque de dépendance (slide 10, avec un plan B à activer en cas de désistement).

Posture à tenir — Vérifier concrètement la disponibilité de ces deux collaborateurs plutôt que de réexposer chaque mention séparément.

Contrainte de durée — 30 minutes

Ce livrable est dense en contenu opérationnel. Le Rappel du projet & logique et les Actions prioritaires immédiates reçoivent la part de temps la plus importante après les étapes elles-mêmes ; les étapes 1 à 6 (slides 5-7) se survolent en séance et se relisent après coup.

Slide	Contenu	Durée	Cumul
1	Couverture	1 min	1 min
2	Comment lire ce document	2 min	3 min
3	Rappel du projet & logique	3 min	6 min

4	Logique de mise en action	2 min	8 min
5	Étapes 1 & 2	2 min	10 min
6	Étapes 3 & 4	2 min	12 min
7	Étapes 5 & 6	2 min	14 min
8	Actions prioritaires immédiates	8 min	22 min
9	Ressources internes mobilisées	2 min	24 min
10	Points de vigilance	2 min	26 min
11	Indicateurs de suivi (KPI)	2 min	28 min
12	Critères de décision	1,5 min	29,5 min
13	En synthèse (+ à propos)	0,5 min	30 min

Repère de suivi en séance — à la 10^e minute, le plan d'exécution commence ; à la 22^e minute, les Actions prioritaires immédiates doivent être en cours de vérification.

Arc narratif global

Cadrage (slides 1-2) — poser que ce document traduit un choix déjà fait en actions, pas une nouvelle décision.

Ancrage (slides 3-4) — rappel du projet et de sa logique de mise en action.

Plan d'exécution (slides 5-8) — survol des six étapes, puis arrêt réel sur les actions immédiates.

Pilotage (slides 9-12) — ressources, vigilance, indicateurs de suivi, critères de décision : contenu de référence, à mentionner sans détailler.

Clôture (slide 13) — la synthèse.

Trame slide par slide

Cette structure suit, slide par slide, l'ordre exact du support PPTX remis en séance. Les amorces et transitions sont des suggestions de formulation, à adapter, jamais un script figé. Contrairement à la Synthèse finale et au Recalibrage, aucune slide de ce livrable n'est un bloc à compléter en direct avec Thomas.

Cette structure slide par slide est fixée par le PPTX de restitution — elle est donc réutilisable d'une restitution à l'autre : seule la matière issue du Docx propre à chaque porteur change de contenu, jamais l'ordre ni le canevas des champs.

01 Cadrage

Slide 1 — Couverture

 1 min (cumul : 1 min)

Amorce suggérée — *Ce document traduit ton projet en actions concrètes, prêtes à démarrer.*

Ce que le porteur voit à l'écran — Fond navy, badge « Niveau Essentiel » (teal), « GEN-Z BUSINESS ACCELERATOR », sous-titre « Accélération digitale pour PME par jeune expert natif digital », tagline : « Motivé mais stressé — j'ai l'impression de jouer mon unique chance avant de devoir abandonner. » Puis Participant : Thomas Leroy · Démarrage : Avril 2025 · Objectif : 3 clients · 1 500€/mois récurrent d'ici octobre 2025.

Points de vigilance — Pour ce porteur la tagline est bien présente, rien à improviser. Principe général à garder en tête pour d'autres restitutions : si une tagline manquait, ne jamais l'inventer — laisser l'espace vide comme prévu dans le PPTX.

Transition suggérée — *Comment on va lire ça ensemble.*

Slide 2 — Comment lire ce document

🕒 2 min (cumul : 3 min)

Amorce suggérée — *D'abord, un rappel rapide de ce que ce document est et n'est pas.*

Ce que le porteur voit à l'écran — Bandeau (« 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. ») + trois colonnes : 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).

Transition suggérée — *D'abord, un rappel de ce projet et de sa logique.*

02 Ancrage

Slide 3 — Rappel du projet & logique

🕒 3 min (cumul : 6 min)

Amorce suggérée — *Avant d'entrer dans les étapes, un rappel du projet retenu et de ce qui l'a guidé.*

Ce que le porteur voit à l'écran — Badge « GEN-Z BUSINESS ACCELERATOR · Niveau Essentiel » + deux colonnes : 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).

Matière complémentaire issue du Docx — Le Docx détaille le client cible au-delà de ce qui est affiché : le décideur type est le dirigeant fondateur ou repreneur familial lui-même, seul décisionnaire, avec le verbatim « Mes enfants ne reprennent pas l'entreprise, ma clientèle vieillit, les jeunes ne viennent pas ». Le cycle de décision (3 à 6 mois, méfiance envers les nouveautés et les « parachutés ») n'apparaît pas non plus sur cette slide.

Ouverture possible — Est-ce que ce rappel du projet te semble toujours juste, avant qu'on avance ?

Transition suggérée — *Voyons la logique qui a guidé ce plan.*

Slide 4 — Logique de mise en action

🕒 2 min (cumul : 8 min)

Amorce suggérée — *Voyons la logique qui a guidé ce plan : le principe directeur, les hypothèses, ce qu'on va vérifier.*

Ce que le porteur voit à l'écran — Principe directeur (« Transformer la légitimité générationnelle en avantage concurrentiel business immédiatement activable. ») + trois colonnes : Hypothèses de départ (quatre items) / Ce que l'on vérifie en semaine 1-4 (cinq items, dont le délai contact→RDV) / Points de déclenchement (quatre items, du premier client signé au bilan à 6 mois).

Matière complémentaire issue du Docx — Cette slide reprend la quasi-totalité de la section correspondante du Docx ; peu de matière à ajouter au-delà de ce qui est affiché.

Points de vigilance — Présenter les hypothèses comme des hypothèses, pas comme des certitudes.

03 Plan d'exécution

Slide 5 — Étapes 1 & 2

🕒 2 min (cumul : 10 min)

Amorce suggérée — Entrons dans les étapes, en commençant par les deux premières.

Ce que le porteur voit à l'écran — Deux blocs étapes côte à côte : Étape 1 — Finalisation méthode et outils (objectif : guide « Gen-Z Translation » en version de travail + kit commercial simplifié ; jalon : guide testé, testeurs sous contrat) / Étape 2 — Prospection ciblée semaine 2 (objectif : 15 à 18 PME contactées ; jalon : 2 à 3 RDV confirmés, le reste programmé pour la semaine 3).

Matière complémentaire issue du Docx — Le Docx précise, pour l'étape 2, la source exacte des contacts (annuaire CCI Lot-et-Garonne) et le fait que le script de prospection est « adapté par secteur » — deux détails condensés sur la slide.

Points de vigilance — Contenu à survoler en séance, fait pour être relu après coup — ne pas s'y attarder au détriment des actions prioritaires.

Transition suggérée — Les étapes suivantes.

Slide 6 — Étapes 3 & 4

🕒 2 min (cumul : 12 min)

Amorce suggérée — La suite du plan : les étapes 3 et 4.

Ce que le porteur voit à l'écran — Deux blocs : Étape 3 — Premiers diagnostics semaine 3 (objectif : 5 diagnostics réalisés + propositions envoyées, signature attendue en semaine 4 ; jalon : propositions en cours de décision chez 3 à 4 prospects) / Étape 4 — Démarrage 1er client semaine 4 (objectif : signature du premier client + lancement de sa transformation ; jalon : premier contrat signé, planning 3 mois validé).

Matière complémentaire issue du Docx — Le Docx nomme précisément l'audit du premier client (« Audit Fuite Générationnelle ») — une précision condensée sur la slide, qui ne cite pas le nom de l'audit à cette étape.

Transition suggérée — Et la suite.

Slide 7 — Étapes 5 & 6

🕒 2 min (cumul : 14 min)

Amorce suggérée — Et les deux dernières étapes du plan détaillé.

Ce que le porteur voit à l'écran — Deux blocs : Étape 5 — Montée en charge mois 2-4 (objectif : 3 clients en transformation simultanée ; jalon : CA mensuel 1 200€ atteint, 5 recommandations LinkedIn) / Étape 6 — Bilan & systématisation mois 5-6 (objectif : méthode prouvée, revenus 1 500€/mois stabilisés, expansion préparée ; jalon : 3 PME transformées, 10 800€ CA semestriel, 60% clients en suivi récurrent).

Transition suggérée — Voici ce que tu fais concrètement dès maintenant.

Slide 8 — Actions prioritaires immédiates

🕒 8 min (cumul : 22 min)

Amorce suggérée — Cette liste, c'est ce que tu fais dans les tout prochains jours — regardons ensemble si c'est vraiment faisable avec ton agenda.

Ce que le porteur voit à l'écran — Bandeau (« Démarrage possible dans les 2h suivant la lecture — dans cet ordre, sans attendre. ») + sept actions numérotées avec échéance (Jour 1 à Semaine 4) : rédiger le guide « Gen-Z Translation » en version de travail ; créer le kit commercial simplifié ; tester la méthode et recruter les testeurs ; identifier 50 PME et contacter 15 à 18 prospects ; réaliser les diagnostics et envoyer les propositions ; prendre rendez-vous CCI Lot-et-Garonne ; signer le premier client et lancer sa transformation.

Matière complémentaire issue du Docx — Ces sept actions sont déjà très détaillées à l'écran, quasiment sans condensation par rapport au Docx. Ce qui reste hors écran est la « Boîte à outils opérationnelle » du Docx qui appuie

concrètement ces actions (script de prospection, présentation commerciale, suivi client, checklist, tableau de bord, modèle de contrat) — voir le mémo de secours.

Points de vigilance — Traiter cette slide comme une vérification de faisabilité réelle (quand, avec quel temps disponible) plutôt qu'un exposé supplémentaire — c'est le moment d'engagement le plus proche d'une co-construction dans ce livrable.

Ouverture possible — Concrètement, quand est-ce que tu poses la première de ces actions dans ton agenda ?

Transition suggérée — *Voici ce que tu as déjà en interne pour appuyer ces actions.*

04 Pilotage

Slide 9 — Ressources internes mobilisées

🕒 2 min (cumul : 24 min)

Amorce suggérée — *Voici ce que tu as déjà en interne pour appuyer ces actions.*

Ce que le porteur voit à l'écran — Quatre catégories en grille 2x2 : Collaborateurs validés (Lisa Chen graphiste, Antoine Moreau dev web, testeurs mystery shopping (profils à identifier localement), organisation WhatsApp + Drive + Trello) / Outils & bases de données (Canva Pro, Google My Business, WordPress.com, annuaire CCI/Pages Jaunes/SIRENE) / Réseau et prescripteurs (CCI Lot-et-Garonne, comptables locaux, La Dépêche du Midi, réseau familial/amical) / Compétences propres (codes communication génération Z, formation business école, 90% outils maîtrisés, mobilité vélo/tram).

Matière complémentaire issue du Docx — Le Docx chiffre plus précisément la disponibilité de Lisa et Antoine (10h/semaine à 400€/identité pour Lisa, 15h/semaine à 800€/site pour Antoine) — non repris à l'écran, utile si Thomas questionne le coût ou la disponibilité réelle de ses collaborateurs.

Transition suggérée — *Et les points à surveiller.*

Slide 10 — Points de vigilance

🕒 2 min (cumul : 26 min)

Amorce suggérée — *Quelques points à garder à l'œil, sans dramatiser.*

Ce que le porteur voit à l'écran — Six blocs : Crédibilité face aux dirigeants seniors / Saturation capacité (max 3 clients simultanés) / Dépendance à Lisa & Antoine / Marché local limité (Agen 33 000 hab.) / Mesure des résultats clients (déclaratif) / Saisonnalité budgétaire PME.

Matière complémentaire issue du Docx — Le plafond de « 3 clients simultanés » affiché ici diffère du calcul du modèle économique dans le Docx, qui évoque un plafond de 4 clients simultanés (soit 80h/mois maximum) pour dimensionner le budget-temps — une nuance à connaître si Thomas questionne le nombre exact. Les deux chiffres figurent bien tels quels dans le Docx source, à des fins différentes (vigilance qualité vs calcul économique) : ce n'est pas une erreur à corriger en séance.

Points de vigilance — Contenu de référence à mentionner sans détailler chaque point un par un en séance.

Transition suggérée — *Comment tu vas savoir si ça avance.*

Slide 11 — Indicateurs de suivi (KPI)

🕒 2 min (cumul : 28 min)

Amorce suggérée — *Comment tu vas savoir si ça avance, concrètement.*

Ce que le porteur voit à l'écran — Tableau à trois colonnes (Indicateur / Fréquence / Signal de décision) sur dix lignes : nouveaux contacts PME, RDV diagnostic obtenus, taux de conversion diagnostic → contrat, NPS client fin de transformation, délais de projet respectés, CA mensuel, augmentation de la clientèle jeune, amélioration des avis Google, recommandations clients obtenues, articles de presse locale.

Transition suggérée — *Et les trois cas de figure à avoir en tête.*

Slide 12 — Critères de décision

🕒 1,5 min (cumul : 29,5 min)

Amorce suggérée — Et les trois cas de figure à avoir en tête pour piloter la suite.

Ce que le porteur voit à l'écran — Trois blocs empilés, avec un code couleur propre (vert / or-ambre / rouge sourd, distinct du teal du niveau Essentiel) : CONTINUER (taux de conversion $\geq 30\%$, NPS $\geq 8/10$, résultats clients +25% atteints, CA dans la trajectoire prévue) / AJUSTER (conversion $< 25\%$, satisfaction < 8 , résultats $< 20\%$, collaborateur défaillant) / ARRÊTER / PIVOTER (aucune signature après 8 diagnostics, résultats nuls après 2 transformations, impossibilité de livrer avec 3 clients → réduire à 2 clients max, CA $< 50\%$ de l'objectif à 6 mois, pas d'encaissement réel d'ici fin mai → condition posée par les parents de Thomas lors du Recalibrage).

Points de vigilance — Rappeler que ce triptyque n'est pas un jugement sur Thomas mais un outil de pilotage.

Transition suggérée — Pour finir.

Code couleur du triptyque — CONTINUER / AJUSTER / ARRÊTER · PIVOTER — ce triptyque répond à sa propre logique et ne doit jamais être mélangé avec le teal du Niveau Essentiel.

05 Clôture

Slide 13 — En synthèse (+ à propos)

🕒 0,5 min (cumul : 30 min)

Amorce suggérée — Pour finir, cinq points qui résument tout ça.

Ce que le porteur voit à l'écran — Cinq points clés : (01) un positionnement unique et inattaquable — seul consultant natif digital à tarif PME sur le marché local d'Agen ; (02) une méthode différenciante et documentée — mystery shopping générationnel + transformation identité, méthode « Gen-Z Translation » ; (03) faisabilité totale à budget zéro — 0€ d'investissement, 25h/semaine compatibles avec une recherche de CDI en parallèle ; (04) un objectif réaliste et traçable — 3 clients = 1 500€/mois récurrent d'ici octobre 2025 ; (05) un démarrage possible dans les 2 heures — ouvrir le guide « Gen-Z Translation » et démarrer sa rédaction dès aujourd'hui. Une « Note de déclenchement » distincte suit les cinq points. Le PPTX enchaîne avec une slide « À propos de ce document » distincte, non chronométrée séparément.

Points de vigilance — Ne jamais transformer le plan en promesse de résultat.

Transition suggérée — Clôture : rappeler que le plan s'ajuste au contact du terrain.

Mémo de secours — pourquoi et comment

Le Docx documente, pour les spécifications opérationnelles, un niveau de détail que le PPTX condense fortement. Ce mémo rassemble ce qui reste utile en cas de question.

Méthode de constitution : reparcourir le Docx section par section une fois le canevas rédigé, et surligner tout ce qui n'a été repris nulle part. Regrouper ces éléments par thème (et non par rubrique du Docx), pour qu'ils soient consultables rapidement selon le sujet que le porteur amène.

Format par entrée du mémo — Thème (un intitulé court, orienté sujet de conversation) ; Contenu synthétique (l'information restituée fidèlement, sans reformulation qui l'atténuerait ou l'amplifierait) ; Quand s'en servir (le type de remarque ou de question qui rendrait ce contenu utile, pour que le consultant sache quand y recourir sans avoir à le mémoriser).

Thème	Contenu synthétique	Quand s'en servir
Client cible détaillé	Dirigeants de PME familiales 45-60 ans, basés à Agen et dans un rayon de 30 km ; décideur fondateur ou repreneur familial, seul décisionnaire ; cycle de décision de 3 à 6 mois, méfiance envers les nouveautés et les « parachutés » ; capacité budgétaire : 1 800€ HT	Thomas veut préciser à qui il s'adresse en premier.

	accessible vs tarifs agence classique, paiement échelonné en 3 fois sans avance de frais.	
Structure tarifaire	Mission complète : 1 800€ HT pour 3 mois d'accompagnement. Paiement : 600€ à la signature + 600€ au mois 2 + 600€ au mois 3. Cible de 4 à 5 missions par an (7 200 à 9 000€ de revenus annuels). Aucune source de revenu complémentaire à ce stade — approche 100% bootstrap.	Thomas demande combien facturer concrètement ou veut revoir les modalités de paiement.
Scripts et objections	Script d'ouverture (« Bonjour, je réalise un diagnostic gratuit sur la présence digitale des commerces d'Agen... ») et réponses aux trois objections types : « vous êtes trop jeune pour me conseiller », « je n'ai pas le budget », « ma clientèle actuelle me suffit ».	Thomas appréhende le premier contact commercial.
Méthodologie détaillée & exemple pratique	Les trois étapes de la méthode Gen-Z Translation (Audit Génération, Plan 90 jours, Mesure du résultat), les compétences techniques mobilisées (marketing digital niveau avancé autodidacte, business development 18 mois de stage), et un exemple pratique documenté d'audit chez un commerce type, avec le résultat attendu détaillé.	Thomas veut revoir en détail comment se déroule concrètement un audit ou une transformation.
Boîte à outils opérationnelle	Six outils immédiatement utilisables, absents du PPTX : script de prospection, présentation commerciale (PowerPoint), suivi client via Hubspot, checklist d'actions via Notion + Todoist, tableau de bord KPI automatisé, modèle de contrat (devis et CGV).	Thomas demande avec quels outils concrets il va piloter le quotidien.
Garde-fous opérationnels	Huit points de confiance documentés dans le Docx, absents du PPTX : faisabilité garantie, autonomie immédiate, démarrage sous 48h possible, autonomisation progressive, flexibilité intégrée (paiement échelonné), mesurabilité (garantie chiffrée), adaptation culturelle aux codes d'affaires agenais, langue de préférence	Thomas doute globalement de la solidité ou de la faisabilité du plan.

	(français, tutoiement).	
Dimension géographique et transposabilité	Contexte détaillé d'Agen (préfecture du Lot-et-Garonne, 33 000 habitants, à 1h30 de Bordeaux et 1h de Toulouse), impacts de la localisation (coûts bas mais cycles décisionnels longs), et transposabilité de la méthode à tout territoire avec un tissu de PME familiales en décrochage générationnel, moyennant l'adaptation des canaux locaux.	Thomas s'interroge sur les limites géographiques du projet ou une extension future hors d'Agen.

Le mémo de secours se consulte avant la séance et se rouvre en séance seulement en cas de besoin. Il n'entre pas dans le minutage annoncé.

À propos de cet usage

Ce document est un outil de préparation interne au consultant. Il ne se substitue ni au livrable Word ni au livrable PPTX. Il repose exclusivement sur le contenu de ces deux livrables ; il n'introduit aucune information, interprétation ou recommandation nouvelle.

Les amorces et transitions suggérées sont des exemples de formulation, pas un script figé à suivre mot pour mot.