Mon Premier Client

BONUS GRATUIT · EXTRAIT DE LA FORMATION PREMIERS CLIENTS · OCTOBRE 2026

Les 5 messages pour décrocher ton premier client.

Une phrase pour dire ce que tu fais, un message à ton réseau, un email de prospection, sa relance, et la réponse quand on te demande ton prix. À adapter en 15 minutes et à envoyer cette semaine.

5	90	1
messages prêts à adapter	mots maximum par email	seule demande par message

MODE D'EMPLOI

Copie la structure, pas les mots.

Ces modèles sont tirés de la boîte à modèles de la formation. Ils marchent parce qu'ils sont courts, qu'ils parlent du destinataire avant de parler de toi, et qu'ils demandent une seule chose facile. Garde ces trois principes, et remplace tout le reste par ton métier et ta cible.

Les [crochets] sont à remplacer.
Relis avant chaque envoi : un crochet oublié, et ton message part à la corbeille.

Personnalise la première phrase.
C'est elle qui décide si le message est lu. Un détail vrai sur la personne vaut mieux qu'un compliment.

Les noms et chiffres sont fictifs.
Ils montrent le niveau de précision attendu, pas des résultats à recopier.

Si ta version fait le double, coupe.
Un message de prospection se lit en 20 secondes ou ne se lit pas.

MESSAGE	QUAND L'UTILISER
1. Ta phrase	Avant tout le reste : elle sert dans chaque message, ta signature et tes profils.
2. Le réseau	Semaine 1 : 20 personnes qui connaissent ton travail, 5 messages par jour.
3. L'email froid	Ensuite : des entreprises ciblées, sur une observation précise.
4. La relance	4 jours ouvrés après l'email froid, en répondant à ton propre message.
5. Le prix	Quand un prospect répond « c'est combien ? » avant d'accepter un appel.

Message 1

Ta phrase de positionnement

> J'aide [cible précise] à [résultat concret] (sans [douleur ou alternative pénible]).

Graphiste	« J'aide les restaurants indépendants lyonnais à avoir une carte qui donne envie d'entrer. »
Rédactrice	« J'écris les fiches produits des cavistes en ligne pour qu'elles vendent, pas qu'elles décrivent. »
Consultant	« J'aide les PME industrielles bretonnes à recruter leurs techniciens sans passer par un cabinet. »

Message 2

Le message à ton réseau

À qui : anciens collègues, managers, clients, camarades de formation. Un message direct par personne, jamais un post groupé.

> Salut [Camille], j'espère que tout va bien chez [nom de l'agence] !
>
> Petite nouvelle : je me suis lancée en freelance ce mois-ci. Je me concentre sur [les restaurants indépendants à Lyon, surtout ceux qui ont ouvert il y a moins de 3 ans : carte, menu, visuels pour Instagram].
>
> Tu as sûrement croisé [des restaurateurs] avec les clients de l'agence ou dans ton entourage. Est-ce qu'un nom te vient ? Un seul me suffit, je m'occupe du reste, et je ne dirai pas que ça vient de toi si tu préfères.
>
> Merci d'avance, et on se fait un café quand tu veux !

POURQUOI ÇA MARCHE

- Tu demandes un nom, pas un contrat : c'est facile de dire oui.
- Ta cible est assez précise pour que quelqu'un vienne en tête.

SANS RÉPONSE APRÈS 5 JOURS

« Re-bonjour [Prénom], je me permets de remonter mon message, je sais que ça passe vite sous la pile. Même un simple « non, personne en tête » m'aide. Merci ! » Une seule relance, pas deux.

Message 3

L'email froid, en 5 lignes

À qui : une entreprise de ta cible sur laquelle tu as remarqué un détail précis. Objet de 2 à 5 mots, en minuscules, qui parle d'elle.

> OBJET : LES FICHES DE VOS ROUGES
>
> Bonjour [Monsieur Garnier],
>
> En parcourant votre boutique, j'ai vu que [les fiches de vos vins rouges reprennent surtout la fiche technique du domaine]. [Elles disent peu à quel repas chaque bouteille convient, et c'est souvent ce qui fait cliquer sur « ajouter au panier ».]
>
> [J'écris des fiches produits pour les cavistes en ligne. Je peux réécrire 10 de vos fiches en une semaine], pour que vous jugiez sur pièce.
>
> Un appel de 15 minutes cette semaine ou la suivante ?
>
> Si ce n'est pas le sujet, dites-le-moi et je ne vous relancerai pas.
>
> [Prénom Nom]
> [Ta phrase de positionnement]

La structure : une observation vraie sur lui, ce qu'elle lui coûte, ce que tu fais et pour qui, une seule demande fermée, et une porte de sortie. **À éviter :** « Proposition de collaboration » en objet, « Je me présente » en première ligne, et « N'hésitez pas à revenir vers moi », qui n'est pas une demande.

Message 4

La relance à J+4

Quand : 4 jours ouvrés après l'email froid, en répondant à ton propre email pour que le prospect voie l'historique.

> Bonjour [Prénom],
>
> Je reviens vers vous avec un exemple concret : [une chose précise que tu ferais pour lui, en une phrase]. Ça vous parle ?
>
> [Prénom]

Une relance doit apporter une phrase nouvelle : un autre angle, un exemple, une demande plus simple. « Je me permets de vous relancer » seul n'apporte rien. Prépare 5 exemples concrets réutilisables d'un prospect à l'autre, et tu relanceras en une minute.

Message 5

La réponse à « c'est combien ? »

Quand : un prospect veut un prix avant d'accepter un appel. Donne un chiffre dans la première phrase, puis propose l'appel pour préciser.

> Bonjour [Prénom],
>
> Pour [une refonte de la carte et du menu], comptez [850 € HT], livrés en [10 jours ouvrés]. Si vous voulez en plus [des visuels pour Instagram et des modèles pour les plats du jour], on est à [1 500 €]. C'est l'option que prennent la plupart [des restaurants] avec qui je travaille.
>
> Le prix exact dépend de [du nombre de plats et de formats]. Un appel de 15 minutes me suffit pour vous faire une proposition ferme. [Mardi ou jeudi en fin de matinée], ça vous irait ?
>
> [Prénom]

Deux options, pas trois : la première pour rassurer, la seconde pour celui qui veut aller plus loin. Pas encore de prix à annoncer ? Calcule ton tarif minimum avec le calculateur de TJM, puis bâtis tes forfaits avec fixer son TJM.

Et maintenant : 5 messages par jour

Écris ta phrase aujourd'hui, liste 20 contacts, envoie les 5 premiers messages demain. Le plan complet sur 30 jours, du réseau aux plateformes puis à la prospection directe, est dans le guide trouver ses premiers clients.

Ces 5 messages sont tirés de la formation Premiers clients, qui en contient 63 au total : séquences LinkedIn, réponses aux annonces, scripts d'appel, devis, objections et recommandations.