

7 REPÈRES  
POUR DEVENIR  
CONSULTANT-FORMATEUR ENTREPRENEUR



François GALINOU  
Maud CORNET

Un consultant-formateur entrepreneur est un professionnel qui vit de son expertise en réalisant des prestations de service intellectuel.

## Comment devenir consultant-formateur entrepreneur ?

C'est la question à laquelle je me propose de répondre en m'adressant à ceux qui le sont, envisagent de l'être ou sont en marche pour le devenir.

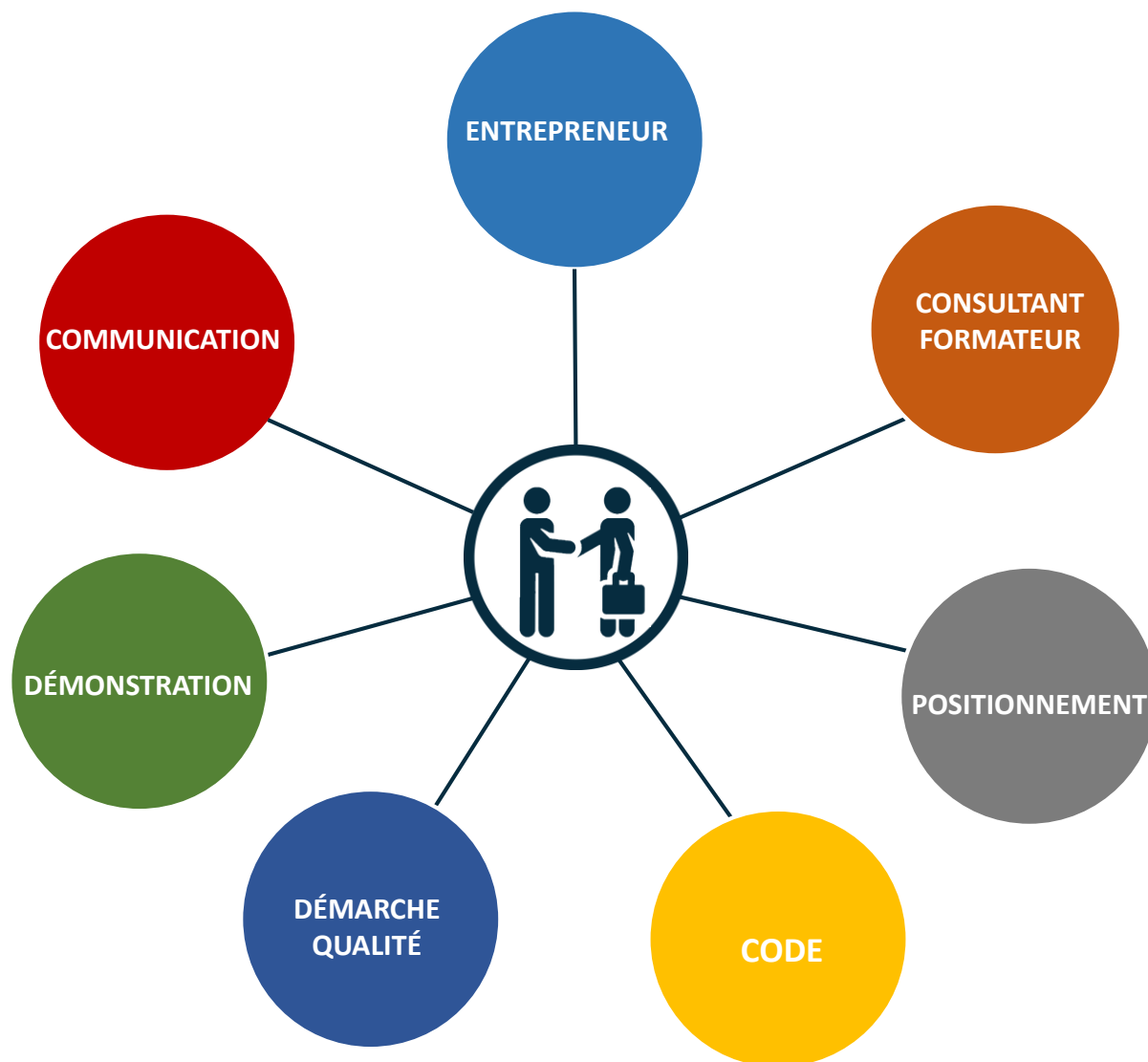
Etre consultant-formateur entrepreneur fait rêver à plusieurs titres. C'est un métier et un statut socialement valorisés. C'est bien. C'est attractif. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle la profession est encombrée par de nombreux néo formateurs ou consultants, des débutants, et également par des personnes qui s'accrochent au statut sans réaliser réellement de prestation. Ces derniers n'en sont pas moins très actifs en communication, notamment sur les réseaux sociaux.

Le terme consultant-formateur entrepreneur n'est pas couramment utilisé. Dans le langage courant ou administratif, on parle de « consultant-formateur indépendant ». L'indépendance est toute relative dans le sens où le consultant-formateur entrepreneur dépend de grands organismes comme le RSI ou l'URSSAF. Il est également dépendant de ses clients, des prescripteurs de son secteur, de son conjoint salarié ... Il va travailler sous ces différents statuts où les fins de mois ne sont pas assurées : idéalement comme Gérant de Sarl ou Président de sa SAS, mais aussi comme auto ou micro entrepreneur, en portage, vacataire, avec un CDD d'usage... Sur un plan strictement juridique, l'absence de lien de subordination n'est pas toujours établie. Dans le même ordre d'idée, il est, parfois, qualifié de « profession libérale » à l'instar des avocats ou des médecins. C'est déjà un peu plus valorisant. Toutefois, il est classé alors dans un groupe dit « profession libérale non réglementée », ce qui veut dire que n'importe qui peut se déclarer consultant formateur. L'indépendance du consultant-formateur entrepreneur résiderait dans le fait qu'il doit avoir une vision stratégique et une capacité de mouvement. Il peut faire des choix, n'étant en droit subordonné à personne. C'est pour cela que les « startupper » parlent de « freelance ». Il est donc libre, comme l'animal sauvage dans une nature hostile.

Sur un plan économique, force est de constater, que le métier n'est pas si rémunérateur sur la durée que l'on pourrait le penser ou le croire. Il reste que le consultant-formateur est un facilitateur essentiel de l'économie et de la société d'aujourd'hui et que les besoins sont immenses. Sans lui, il n'y a pas de prestation de conseil ou de formation. Il est le principal intervenant extérieur des organismes de formation, des écoles d'ingénieurs ou de commerce. Il intervient également « en direct » dans les entreprises et les administrations. Ils sont environ **40 000** aujourd'hui en France, dont **16 000** avec un numéro de déclaration d'activité de formation. Noyés dans un groupe de **200 000** professionnels qui se réclament de la formation ou du conseil, ils évoluent sur un marché où il y a d'énormes opportunités du fait d'exigences exacerbées. La formation professionnelle serait la solution au chômage, au développement de la compétitivité des entreprises et à l'épanouissement des salariés. La question pour l'Etat, les commanditaires et les stagiaires est de trouver le système qui va les amener à ces résultats. Et dans ce système, les consultants-formateurs entrepreneurs ont un rôle essentiel à jouer. L'enjeu pour eux est, à la fois, de réussir et de s'épanouir dans ce rôle.

Comment faire ? Comment être sûr qu'on est fait pour cela ? Pour ce faire, il est proposé ici une grille d'analyse en sept repères pour aider le consultant-formateur entrepreneur à être lucide, décider et agir.

# 7 REPÈRES POUR LE CONSULTANT-FORMATEUR ENTREPRENEUR



## REPÈRE 1 ENTREPRENEUR

Entrepreneur est le qualificatif valorisant. Il vit une aventure, conçoit et met en œuvre une stratégie. Il a une singularité et une utilité sociale et économique. Il ne sait pas toujours combien il va gagner à la fin du mois. Pour surmonter ces incertitudes, il doit être entrepreneur avant d'être consultant-formateur. Ce qui exige de développer essentiellement quatre capacités.

- La vision
- Le risque
- L'épanouissement
- La création de valeur

## LA VISION

L'entrepreneur va concevoir, ou surtout avoir une « vision » d'un projet. Il va franchir le pas, saisir l'opportunité, s'identifier à son projet et le mener à terme quoi qu'il arrive.

Au-delà de cette théorie, un consultant-formateur entrepreneur peut commencer avec un client qui achète son expertise. Sur la base de cette expérience, il doit prendre du recul sur les ingrédients de cette première réussite et élaborer une vision de développement et de pérennisation de l'activité qui convaincra d'autres clients.

A l'inverse, s'il n'a pas d'emblée de client, il doit avoir une vision concrétisée et viabilisée d'un projet ou d'un business plan. Il doit alors se fixer des objectifs et correctement identifier et gérer ses moyens.

Sa vision d'entrepreneur doit aller au-delà de l'idée, du sentiment, de la croyance ou du premier client. Elle se renforcera dans l'action. Elle peut se concrétiser par un projet, une description du marché, des opportunités à saisir dans un écosystème où il y a une place, et de votre organisation. Sa vision le guidera. Elle n'est pas rationnelle. Ce n'est pas toujours facile. La foi de l'entrepreneur dans sa vision est la meilleure arme contre l'incertitude.

## LE RISQUE

L'incertitude et le risque seront présents tout au long de votre vie d'entrepreneur. Il faut développer une capacité à assumer le risque et à supporter l'incertitude. Ils peuvent être classés en trois catégories.

- Financier – ne plus avoir les moyens d'avancer voire de vivre
- Psychique – ne pas supporter le stress
- Manque de compétence – ne pas manager son incompétence

Établissez un plan des risques : financiers, psychiques (stress) et, surtout, votre incompétence. Ayez une vision globale des risques. Ne dilapidez pas votre temps, votre énergie et vos moyens dans l'élimination du risque. La finance comme le statut juridique et les contrats ne sont que des accessoires. Traiter un risque ne permet pas d'obtenir le résultat. Concrètement, ne vous perdez pas dans le détail du meilleur statut, de la protection de votre idée ou de l'assurance responsabilité civile.

## L'ÉPANOUISSEMENT

Il faut que cela vous plaise. « Fais-toi plaisir ! » est un conseil que l'on peut entendre quand on se lance. Au début, c'est difficile de savoir. Vous ne serez pas dans le confort. Vous serez même dans l'inconfort total du fait du manque d'habitudes, de réflexes et de sensations. Devenir entrepreneur c'est comme une rentrée en sixième. Vous êtes perdus. Vous ne savez pas où ont lieu les cours. Les grands vous bizutent. C'est l'enfer. A partir de la cinquième, cela va mieux. En troisième, on est un grand. Et cela recommence en seconde ou après la terminale. Les meilleurs moments pour savoir sont les phases de succès. Si vous êtes heureux quand cela marche, content de réussir, il faut continuer. Si vous restez stressé, il faut s'accrocher et être patient ou se poser des questions. Votre épanouissement en tant qu'entrepreneur est essentiel ainsi que celui de ceux qui sont avec vous, en particulier votre famille. Si votre conjoint n'est pas avec vous, cela sera plus difficile.

## LA CRÉATION DE VALEUR

Le mot à la mode est « disruption ». Au siècle dernier, on parlait de « destruction créatrice ». Le sens de ce concept est que l'entrepreneur crée de la valeur tout en détruisant. L'industrie du transport mécanique, par exemple, a détruit l'élevage chevalin tout en améliorant la vie quotidienne de l'humanité.

Votre capacité à apporter de nouvelles valeurs est déterminante. Toutefois, cela ne se fait pas toujours dans l'harmonie et la bonne humeur. La pratique implique des situations difficiles, parfois dramatiques, avec des conséquences sur le plan humain. Il vous faudra changer les représentations et faire face à des résistances importantes de la part de personnes aux compétences obsolètes ou inadaptées.

## REPÈRE 2 CONSULTANT FORMATEUR

Le deuxième repère est la posture de consultant-formateur. Vous devez l'adopter face au client. C'est la posture qui a de la valeur pour lui. Celle d'entrepreneur n'en a aucune.

La posture se caractérise par cinq composantes :

- 1. L'attitude.** Vous devez adopter le système de valeur du consultant-formateur. Par exemple, il est important d'accorder de l'importance à l'espace de décision du client. Combien d'experts, anciens cadres, perdent une mission parce qu'ils ont gardé leur système de valeurs de salarié et empiété sur le territoire d'un de leurs clients. Vous n'êtes pas salarié de l'entreprise. Vous devez rester à votre place.
- 2. Le comportement.** C'est-à-dire, les actions visibles. Il y a trois comportements essentiels qui ont de la valeur pour votre client : le diagnostic, la préconisation et la réalisation. Et trois autres comportements qui ont de la valeur pour vous et moins pour votre client : le contact, le suivi et l'évaluation. Vous êtes attendu professionnellement et directement sur les trois premiers.
- 3. Les connaissances.** En particulier, les connaissances minimales requises pour être crédible. Vous devez connaître les fondamentaux du secteur, du domaine d'intervention ou de la fonction. Vous n'avez pas le droit à l'erreur sur ce point. Par exemple, vous ne pouvez pas intervenir en négociation chez Carrefour si vous ne savez pas ce que c'est qu'un rayon.
- 4. Les compétences.** La négociation pour obtenir un accord. La pédagogie pour concevoir et faire comprendre. La contractualisation. La gestion. Autant de compétences dont il vous faudra acquérir la dextérité. Cela prend du temps.
- 5. La motivation.** Elle emmène les quatre premières. Un certifié ICPF & PSI de la première heure me dit souvent que c'est un métier où tout va toujours bien. Un consultant-formateur qui a un cancer écoute avec compassion un client se plaindre d'un rhume. Même chose pour les problèmes financiers. Vous ne devez pas en avoir. Vous êtes en représentation. Quand on est consultant-formateur entrepreneur, c'est encore pire, on n'a pas de problèmes. On doit toujours être au top.

Si elle induit une forme de solitude et de risque psychique, la pratique réussie de la posture sur de longues années, quand la dextérité est acquise, apporte un profond sentiment de satisfaction et de sécurité pour ne pas dire de puissance.

## REPÈRE 3 POSITIONNEMENT

Le premier mouvement est d'aller vers les clients. Vous avez votre business plan (repère 1). Vous avez acquis la posture (repère 2). Il faut maintenant vous positionner, c'est-à-dire, avancer pour être en position d'obtenir un accord sur une proposition. Quelles sortes d'informations sur vous et votre offre devez-vous communiquer ? Quelles sortes d'informations sur votre client et sa situation devez-vous acquérir ?

Présentez-vous avec votre nom et votre prénom en indiquant clairement votre fonction actuelle de consultant-formateur et votre domaine d'intervention.

Il peut être générique si vous voulez rassurer (consultant en management) ou accrocheur si vous voulez créer l'intrigue (sculpteur de compétences) et ne pas être oublié ou rangé dans une case. Indiquez également la durée de pratique dans la fonction. « **Je suis consultant en management depuis 10 ans.** » La durée de l'expérience réussie a de l'importance.

Ne mentionnez pas dès le départ ou systématiquement :

- Le nom de votre structure de facturation (société, société de portage, ...). Evitez l'anonymisation trop fréquente dans le conseil et la formation professionnelle.
- Votre statut (entrepreneur, indépendant, en portage, autoentrepreneur, gérant de SASU, Président, ...)
- Votre ancienne société, aussi prestigieuse soit-elle (Microsoft, ...)
- Votre ancienne fonction ou titre quand vous étiez salarié (Directeur Général, ...). Faites-le habilement, dans un deuxième temps, si cela est pertinent.

Evitez les présentations à géométrie variable, en fonction des besoins que vous inférez. Cela vous décrédibiliseront durablement.

## REPÈRE 4 CODE

Prenez des engagements déontologiques sur ce que vous allez être. Il s'agit de rassurer le client a priori et de démontrer votre professionnalisme. Mettez en place par écrit une liste d'engagements. Communiquez-la à votre futur client. Faites-lui comprendre ce que doit être un consultant-formateur professionnel. Donnez-lui des idées de questions embarrassantes à poser à vos concurrents. Ces engagements peuvent être la confidentialité, la non-concurrence, l'intégrité ou le non-débauchage.

C'est une des exigences du référentiel ICPF & PSI et nous constatons que nos certifiés l'utilisent avec succès par la suite.

## REPÈRE 5 DÉMARCHE QUALITÉ

La démarche qualité doit être volontaire et portée par le consultant-formateur entrepreneur lui-même.

Face aux exigences du marché de la prestation de service intellectuel, il est nécessaire de travailler sans cesse sur sa qualité, c'est-à-dire, sa capacité à satisfaire le client. C'est cela l'amélioration continue. Dans le conseil comme la formation, la valeur de la personne ou du professionnel est essentielle. Il s'agit de la transformer en capacité et de la mettre sous contrôle.

Toutefois, le marché, tel qu'il fonctionne aujourd'hui, ne facilite pas cette mise en valeur, bien au contraire. Les entreprises de conseil mettent à disposition des armées de jeunes consultants sans expérience qui apprennent chez les clients dans les tranchées de processus bien cadrés. Les organismes de formation, que ce soit les grandes ou les petites structures, externalisent les formateurs et leurs sous-traitent des interventions à des tarifs de plus en plus bas. Les deux engagent, de manière générale, le professionnel dans une spirale infernale. A un moment, il se heurte au plafond de verre d'une rémunération qui ne peut plus augmenter, quand elle ne baisse pas.

Comme dans tous les secteurs où la demande est forte, un système de reconnaissance impartial doit être utilisé pour permettre de valoriser le professionnel aux yeux du client et des parties intéressées.

## REPÈRE 6 DÉMONSTRATION

Comment prouver sa capacité à obtenir le résultat ? Il est important de distinguer sa qualité et la démonstration de sa qualité.

Nombreux sont les professionnels expérimentés qui font cette confusion. Les arguments sont toujours les mêmes. « Mes clients me connaissent ». « Je n'en ai pas besoin ». Et quand cela devient obligatoire pour être référencé par les financeurs publics comme aujourd'hui, ils font le minimum en traînant les pieds. Ils parlent de « démarche purement administrative ». Aujourd'hui moins de 5 % des consultants-formateurs entrepreneurs sont certifiés. Soyez plus rapide !

Les clients ont besoin d'être rassurés sur la capacité du prestataire à obtenir le résultat. Il en est de même de l'Etat et des financeurs publics qui ont pour objectif le développement économique et l'épanouissement des salariés. La certification est une réponse. Le certificat est la preuve à leur montrer pour qu'ils soient en confiance et sûrs de faire un bon investissement . Ils vont le demander de plus en plus. S'auto-proclamer expert ou se faire reconnaître comme expert par ses pairs ou ses clients ne permet pas de faire la démonstration de votre qualité. Les acteurs en place semblent s'en contenter. Il y a donc une opportunité à saisir pour faire la différence.

## REPÈRE 7 COMMUNICATION

Elle est essentielle. Accrochez l'attention est une bonne chose. Toutefois, il faut savoir également écouter et comprendre la valeur attendue, en promettre la couverture et délivrer. La séduction est risquée.

La communication doit avoir pour objectif de développer votre notoriété professionnelle. Il ne s'agit pas de se rendre visible à tout prix. Elle consiste à transmettre les informations pertinentes et claires qui vous positionnent comme professionnel. Se faire connaître de ses cibles, utiliser leurs moyens de communication et converser avec elles. Il faut savoir changer de cibles quand elles sont informées et ne veulent pas travailler avec vous.

N'investissez pas tout de suite dans un site web ou une documentation papier trop luxueuse. Contentez-vous pour commencer d'un profil LinkedIn bien fait et d'un fil Twitter. Etre présent sur les réseaux sociaux permet de comparer les discours et les approches commerciales. Développez votre notoriété sans trop faire attention à votre visibilité.

Le numérique ne suffit pas. Concentrez-vous sur le réel et votre réseau de relations. Allez les voir. Invitez-les à déjeuner ou obtenez un rendez-vous. Soumettez-leur votre projet, votre méthode, vos expériences et vos besoins. Ecoutez les autres. Laissez-les vous aider.

Soyez régulier et constant, ne communiquez pas que lorsque vous êtes à cours de mission et n'arrêtez pas lorsque votre planning est plein.

En conclusion, je dirai qu'on devient consultant-formateur entrepreneur en pratiquant. La certitude de l'être se vérifie dans la réussite. C'est un métier difficile mais les opportunités et les perspectives sont intéressantes. Etre entrepreneur requiert quatre capacités : la vision, l'assomption du risque, la création de valeur et l'épanouissement. Exercer comme consultant-formateur requiert une motivation à toute épreuve pour dynamiser un ensemble cohérent d'attitudes, de comportements, de connaissances et de compétences. Fondamentalement, il faut diagnostiquer, préconiser et réaliser. C'est l'essence du métier. Dans l'action, il s'agit d'aller se positionner vis-à-vis des clients pour obtenir des missions. Avoir un code de déontologie écrit à transmettre a priori à ses clients est un atout qui permet de les rassurer tout en se distinguant. Mener une démarche qualité et avoir une méthode qui permet de comprendre les besoins et les exigences des clients et de les satisfaire est essentiel. Le certificat ICPF & PSI, par exemple, permet de démontrer sa qualité et sa capacité à satisfaire le client quand c'est nécessaire. Enfin, il est important de mener une communication constante, raisonnable dans son coût et capable de produire des résultats.

Avec ces sept repères, vous pouvez situer votre projet, voir où vous en êtes et comment avancer. Comprenez-bien que si vous avez envie de vous lancer, il faut y aller. Le véritable risque est de ne pas devenir l'entrepreneur que vous êtes. Vous pourrez vous améliorer, changer votre projet et intervenir dans des domaines différents de ceux que vous pensiez. Vous sortirez, quelle que soit l'issue, grandi de l'expérience et nanti d'une meilleure connaissance de vous-même.

## SOURCES

*L'entrepreneur créateur de valeur :*

<http://www.pedagogicagency.com/Blog/2011/entrepreneur-createur-de-valeur/>

*MJJ Agence Pédagogique :* <http://machuret.fr/>

## A PROPOS

### François GALINOU



Personnalité reconnue de la formation professionnelle et du conseil, François Galinou est entrepreneur depuis près de 30 ans.

Après une expérience dans la banque, l'informatique et la formation, il est Président de l'ICPF & PSI qui délivre une certification qualité reconnue par le CNEFOP pour les consultants-formateurs entrepreneurs. Il est membre de la commission Afnor Formation Professionnelle et de l'ISO/TC232.

### Maud CORNET

Professionnelle de la formation pour adulte depuis plus de 12 ans avec une expérience de responsable de département Management et Développement Personnel en organisme de formation, Maud Cornet est consultante-formatrice entrepreneure en développement personnel et bien-être.

