

LA BOÎTE À OUTILS

DU

FREELANCE

Stéphanie Moran

60

outils

clés en main

+

4

compléments
en ligne

+

1

outil spécial
« Redémarrer
après la crise »

DUNOD

Suivi éditorial : Agathe Bourachot et Yaël Bourcet

Fabrication : Pauline Riou

Mise en page : Belle Page

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements

d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour

les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.

Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du

Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).



© Dunod, 2020, 2023 pour la nouvelle présentation
11, rue Paul Bert, 92240 Malakoff

www.dunod.com

ISBN 978-2-10-084823-2

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

VOUS AUSSI, AYEZ LE RÉFLEXE

Boîte à outils

Des outils
classés par
dossiers
thématiques

5
DOSSIER

IMAGE DE ET NOTORIÉTÉ

“
Être le meilleur est bien,
car tu es le premier.
Être unique est encore mieux
car tu es le seul.”

Wilson Kanadi

Une présentation
visuelle de chaque outil

Outil

33

Le Personal Branding

“
Aujourd'hui
à l'ère de l'individu,
vous devez
être votre propre
marque
personnelle.”

En quelques mots

Le Personal Branding ou la gestion de sa marque personnelle est un outil de réflexion et de mise en œuvre d'actions définies visuellement à contribuer à la construction de son image personnelle. En marketing de soi, le Personal Branding est l'ensemble des moyens techniques et créatifs que l'on va utiliser afin de construire son identité, se rendre visible et se promouvoir de façon pertinente et efficace. À l'instar des entrepreneurs qui créent des marques, les individus visent à développer leur notoriété et travailler leur image. Il est possible d'utiliser ce concept de construire et mettre en avant sa propre « marque ».

LES COMPOSANTES DE LA VALEUR DE L'EXPIÉRIENCE
POUR LE CLIENT



Exercices

Exercice 1 Améliorer sa concentration

- Formez les yeux, représentez-vous le chiffre 1.
- Lorsque vous le voyez clairement en pensée, effacez de votre esprit l'image du chiffre 1.
- Représentez-vous le chiffre 2. Continuez ainsi jusqu'à 10.

Exercice 2 La méthode d'écoute avec le cœur

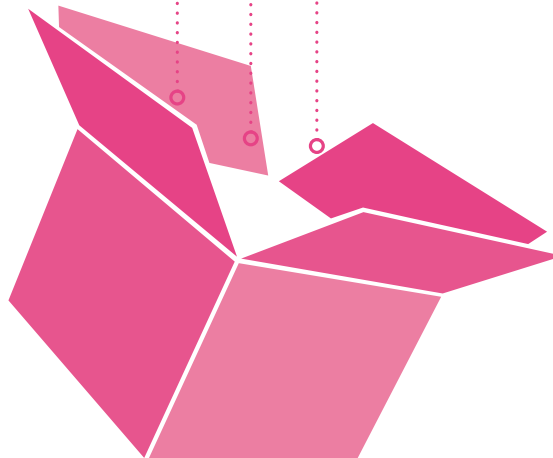
> La technique se résume en cinq questions

1. Qui s'est-il passé ?

Quelle émotion avez-vous ressentie ?

Quelle a été la plus difficile pour vous ?

Des exemples,
cas ou exercices
pour approfondir



La Boîte à outils

DES OUTILS OPÉRATIONNELS TOUT DE SUITE

MANAGEMENT LEADERSHIP

Agilité
Dir. N. Van Laethem

Animer vos réunions
F. Gillet-Goinard, L. Maimi

Chef de projet, 3^e éd.
J. Maes, F. Debois

Conduite du changement et de la transformation, 2^e éd.
D. Autissier, J.M. Moutot, K. Johnson, *et al.*

Innovation managériale
D. Autissier, E. Métais-Wiersch, J.-M. Peretti

Intelligence collective, 2^e éd.
B. Arnaud, S. Caruso Cahn

Leadership, 2^e éd.
J.-P. Testa, J. Lafargue, V. Tilhet-Coartet

Management
V. Dicecca, P. Guillou

Management à distance
S. Levillain Desmarchelier

Management transversal, 2^e éd.
J.-P. Testa, B. Déroulède

Manager de managers
A. Hamayon, J. Isoré, J.-P. Testa

Manager leader
P. Bêlorgey, N. Van Laethem

Motivation
S. Micheau-Thomazeau, L. Thomas

Organisation, 3^e éd.
B. Pommeret

STRATÉGIE D'ENTREPRISE

Acheteur, 3^e éd.
S. Canonne, P. Petit

Analyse des données
C. Coron

Consultant, 2^e éd.
P. Stern, J.-M. Schoettl

Design thinking
E. Brunet

Développement durable et RSE
V. Maymo, G. Murat

Digital en entreprise
Dir. C. Lejealle

Gamification
A. Duarté, S. Bru

Innovation, 2^e éd.
G. Benoît-Cervantes

Lean, 2^e éd.
R. Demetrescoux

Négociation, 2^e éd.
P. Stern, J. Mouton

Stratégie, 4^e éd.
B. Giboin

Supply chain, 2^e éd.
A. Perrot, P. Villemus

GESTION / FINANCE / COMPTABILITÉ

Auditeur financier, 3^e éd.
S. Boccon-Gibod, É. Vilmint

Comptabilité, 3^e éd.
B. Bachy

Contrôle de gestion
C. Selmer

Qualité, 4^e éd.
F. Gillet-Goinard, B. Seno

Responsable financier, 3^e éd.
C. Selmer

Santé – Sécurité – Environnement, 4^e éd.
F. Gillet-Goinard, C. Monar

RESSOURCES HUMAINES / FORMATION

Accompagnement professionnel
M.-L. Barthélémy, H. Le Pennec

Chief Happiness Officer
A. Motte, S. Larabi, S. Boutet

Coaching, 3^e éd.
B. Ammiar, O. Kohneh-Chahri

CSE, 2^e éd.
A.-L. Smaguine

Dialogue en entreprise
A. Stimec, A. Benitah

Facilitation
E. Brunet, A. Monot

Formateurs, 4^e éd.
F. Bouchut, F. Cuisiniez, I. Cauden, *et al.*

Gestion des conflits, 2^e éd.
J. Salzer, A. Stimec

Ressources Humaines, 3^e éd.
A. Haegel

Télétravail
G. Epitalon, F. Gault, C. Rabineau

MARKETING / COMMUNICATION

Communication, 4^e éd.
B. Jézéquel, P. Gérard

Community manager, 2^e éd.
C. Pellerin

Conférencier, 2^e éd.
C. Morlet, B. Deloupy

Écrire pour le web, 2^e éd.
M. Gani

Facebook Ads et Instagram Ads
C. Pellerin

Génération de Leads
P. Gastaud

Inbound marketing et growth hacking
S. Truphème, P. Gastaud

Instagram
C. Pellerin

LinkedIn
J. Pibourret

Marketing, 4^e éd.
N. Van Laethem, B. Durand-Mégret

Marketing digital, 2^e éd.
S. Truphème, P. Gastaud

Marketing vidéo
T. Gasio

Podcast
V. Béjot

Réseaux sociaux
C. Pellerin

SEO
B. Thiers

COMMERCIAL / RELATION CLIENT

Commercial, 3^e éd.
P. Bêlorgey, S. Mercier

E-commerce, 2^e éd.
C. Delabre

Expérience client, 3^e éd.
L. Chabry, F. Gillet-Goinard, R. Jourdan

Libraire
C. Meneghetti, J.-C. Millois

ENTREPRENEURIAT

Création d'entreprise, éd. 2023
C. Léger-Jarniou, G. Kalousis

Freelance
S. Moran

Levée de fonds
D. Bernard, C. Tremblais, A. Magnin, *et al.*

Micro-entrepreneur, 2^e éd.
C. Selmer, J. Hellart

EFFICACITÉ / BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

Améliorer sa mémoire et sa concentration
X. Delengaigne, C. Maitre

Bien-être au travail, 2^e éd.
C. Huet, G. Rohou, L. Thomas

Confiance en soi
A. Leibovitz

Créativité, 3^e éd.
F. Debois, A. Groff, E. Chenevier

Développement personnel
L. Lagarde

Écrits professionnels
V. Le Broussois

Efficacité professionnelle, 2^e éd.
P. Bêlorgey

Gestion du stress, 2^e éd.
G. du Penhoat

Gestion du temps, 2^e éd.
P. Bêlorgey

Intelligence émotionnelle, 2^e éd.
C. Peres-Court, M.-E. Launet

Mind mapping, 2^e éd.
X. Delengaigne, M.-R. Delengaigne

Orthographe
A. Ponsonnet

Pensée visuelle
C. Tsiang, B. Lhuillier

Personal Branding
S. Moran, N. Van Laethem

Prendre la parole en public
A. Leibovitz

Psychologie positive au travail
B. Arnaud, E. Mellet

Relaxation
L. Histel-Barontini

Santé au travail
C. Vasey

Soft skills
N. Van Laethem, J.-M. Josset

Contributeurs

“

Aucun de nous ne sait ce que nous savons
tous ensemble.

Euripide

Vous trouverez ci-dessous la liste des contributeurs à cet ouvrage. Ils ont chacun apporté leurs expertises et compétences spécifiques pour concourir à la réussite de ce livre. Nous les en remercions.

Sabine Giorgis

Après un parcours de plus de quinze ans de consulting en organisation et management en cabinets de conseil, Sabine Giorgis développe son activité dans la continuité. Sabine a fondé la société Ways qui propose une offre plurielle intégrant conseil, formation et coaching individuel. Elle porte une attention particulière au coaching des femmes.

Éric Hainaut

Éric Hainaut est expert-comptable et commissaire aux comptes.

Il publie de nombreuses fiches pratiques, livres blancs, actualités sur les réseaux sociaux, participe à des conférences, ateliers, salons professionnels, master class et intervient dans plusieurs écoles.

Il est associé chez Com 'Com, cabinet d'expertise comptable spécialisé dans les entreprises des secteurs culture et média. Ce cabinet, qui existe depuis vingt ans, accompagne près de 400 freelances et plus de 3 000 entreprises qui travaillent avec des freelances.

Véronique Hermann-Flory

HEC Paris et ingénieur agro.

Après seize ans de direction marketing en France et à l'international (boisson, textile, santé), Véronique a créé en 2009 Excellence & Marketing Conseil, cabinet expert en stratégie de croissance et innovation. Elle accompagne l'écosystème « Innovation » (start-up, PME, fonds, incubateurs) et est aussi experte, mentor et formatrice CEGOS, WILCO et coach européen H2020. Elle est présidente du Club Adetem Marketing PME.

Valérie March

Auteure de plusieurs ouvrages sur les médias sociaux publiés aux Éditions Dunod, elle accompagne les entreprises dans leurs actions de communication et de conquête clients sur les médias sociaux. Elle anime également des conférences pour les entrepreneurs sur ces mêmes sujets.

Nathalie Van Laethem

Nathalie est formatrice et auteure en savoir-faire comportemental. Elle vient de publier *La Boîte à outils des soft skills*, chez Dunod.

Préface

Vive la *freelance nation* !

En 1819, l'écrivain écossais Sir Walter Scott publie son roman *Ivanhoé*, l'histoire d'un chevalier au service de Richard Cœur de Lion. C'est dans ce livre qu'apparaît, certainement pour la première fois le terme « freelance » : « ...I offered Richard the service of my *Free Lances*... ». L'auteur l'utilise pour désigner des soldats qui mettaient leur habileté aux armes et leurs outils (leur lance) au service d'une cause ou, plus vraisemblablement, au service de ceux qui monnaient le mieux leur engagement.

Aujourd'hui, la lance a été remplacée par l'ordinateur portable et le « métier » de freelance s'est féminisé. Mais le principe reste le même qu'au Moyen Âge : « Moi freelance, je décide de mettre, librement, ma force de travail, mon intelligence, mes compétences et outils au service d'une structure pour une durée déterminée et une rémunération convenues ensemble. »

Être freelance n'est pas un statut juridique. C'est une des nombreuses dénominations pour désigner la catégorie socio-professionnelle des indépendants, que l'Insee décrit de manière moins romanesque que dans *Ivanhoé* : « Selon le Code de la sécurité sociale, les indépendants ou non-salariés se distinguent des salariés par l'absence de contrat de travail, et par le fait qu'ils n'ont pas de lien de subordination juridique permanente à l'égard d'un donneur d'ordre. »

Car difficile, voire impossible, d'évoquer le freelancing sans faire référence au salariat.

- Salarié, vous avez un employeur + un patron. Et un salaire mensuel... fixe et garanti.
- Freelance, vous avez des clients + un banquier. Et un TJM (tarif journalier moyen)... qui s'adapte aux réalités de l'offre et de la demande.

Le contrat commercial remplace le contrat de travail. Et vous contribuez à la transition entrepreneuriale, cette évolution progressive d'une société de salariés vers une société d'entrepreneurs et d'indépendants.

Ces deux univers, salariat/indépendance, ont longtemps été cloisonnés. Aujourd'hui, les trajectoires professionnelles ne sont plus linéaires. Il devient de plus en plus fréquent d'alterner salariat et indépendance, voire de les juxtaposer (« slasheur » ou pluri-actif). Les freelances deviennent alors des traits d'union, des passeurs et des pollinisateurs.

Dans son livre *Free Agent Nation : The Future of Working for Yourself* publié en 2001, Dan Pink écrivait : « Les *free agents* sont libérés des liens des grandes structures, et sont agents

de leur propre futur. » Tous les freelances veulent en effet écrire, sans qu'on ne le leur dicte, leur présent et leur futur. Est-il simple d'y parvenir ?

Dans le freelancing, il y a bien sûr le côté Face comme Flexibilité : choisir ses clients et les missions les plus rémunératrices ou les plus alignées avec ses valeurs. Définir son lieu de travail : chez soi, chez un client, dans un espace de co-working ou à la terrasse d'un café. Organiser sa journée comme on l'entend, sans perdre de temps en réunions.

Mais il y a aussi le côté Pile comme Préoccupations : le client qui ne renouvelle pas une mission alors qu'elle était « quasiment signée » ou celui qui tarde à vous payer. Des horaires à rallonge et des week-ends passés à travailler pour finaliser un dossier. La nostalgie de ses collègues de bureau, et le stress lié à des revenus irréguliers.

Que vous soyez freelance en devenir ou au long cours, slasheur ou à temps plein, ce livre sera votre compagnon indispensable pour vous aider à faire tomber la pièce du côté Face le plus souvent possible. Il comporte 60 outils répartis en 10 dossiers et enrichis par des annexes disponibles en téléchargement, par exemple un outil spécial « Redémarrer après la crise ». (À télécharger sur www.dunod.com/EAN/9782100848232).

Son auteure, Stéphanie Moran a mis dans ce livre son expérience de quinze ans de freelancing et son expertise en marketing et personal branding. Toutes ses conférences dans nos salons sont plébiscitées par les entrepreneurs.

Sir Walter Scott écrivait, toujours dans *Ivanhoé* : « En ces temps agités, un homme d'action trouvera toujours une mission. » *La Boîte à outils du freelance* sera, j'en suis certain, pour l'homme ou la femme d'action que vous êtes, le déclencheur pour vous (re)lancer et réussir.

Permettez-moi enfin de partager avec vous trois suggestions, issues de ma propre expérience, pour devenir et surtout rester un freelance heureux :

1. Exercez un métier qui vous passionne : c'est la garantie de travailler dans vos talents et de progresser sans effort.
2. Diversifiez vos clients pour ne pas dépendre d'un seul donneur d'ordre : le seul moyen de préserver sa liberté d'action. Ce qui implique de ne jamais cesser de prospecter.
3. Cultivez chaque jour votre réseau relationnel : c'est un accélérateur quand tout va bien et un amortisseur en cas de tempête.

L'indépendance en freelance vous conduira peut-être alors, si c'est l'un de vos objectifs, au bonheur de l'entrepreneur. Celui de créer des emplois et de faire travailler... des freelances.

Tous mes vœux de succès vous accompagnent.

Alain Bosetti

Co-fondateur du Salon SME, dédié aux freelances et aux entrepreneurs.

Sommaire

	Contributeurs	5
	Préface	6
DOSSIER 1	DÉMARRER SON ACTIVITÉ DE FREELANCE	10
	• <i>Outil 1</i> C'est qui le freelance ?	12
	• <i>Outil 2</i> Quand et comment quitter son emploi ?	16
	• <i>Outil 3</i> Quel statut choisir ?	18
	• <i>Outil 4</i> Obligations fiscales et comptables	20
	• <i>Outil 5</i> Le cas particulier du portage salarial	22
	• <i>Outil 6</i> La protection sociale du freelance	26
	• <i>Outil 7</i> Se prémunir du salariat déguisé	28
DOSSIER 2	AFFIRMER SON IDENTITÉ PROFESSIONNELLE	30
	• <i>Outil 8</i> Apprendre à mieux se connaître	32
	• <i>Outil 9</i> Identifier son potentiel	34
	• <i>Outil 10</i> Trouver une niche profitable	36
	• <i>Outil 11</i> Développer l'estime de soi	40
	• <i>Outil 12</i> La spécificité du freelance-slasheur	42
	• <i>Outil 13</i> Matrice des compétences	46
	• <i>Outil 14</i> Rester au top grâce à la formation continue	50
DOSSIER 3	CONSTRUIRE SON BUSINESS MODEL GAGNANT	52
	• <i>Outil 15</i> Business Model Canvas	54
	• <i>Outil 16</i> Valider le modèle économique	58
	• <i>Outil 17</i> Business plan	60
	• <i>Outil 18</i> Analyse de la valeur	62
	• <i>Outil 19</i> Check-list des facteurs clés de succès	64
DOSSIER 4	FORMALISER SON OFFRE DE SERVICES	66
	• <i>Outil 20</i> Se positionner sur le marché	68
	• <i>Outil 21</i> Déterminer ses cibles	70
	• <i>Outil 22</i> Fixer ses tarifs	74
	• <i>Outil 23</i> Définir ses prestations	78
	• <i>Outil 24</i> Savoir présenter son offre	80
	• <i>Outil 25</i> Créer un mini-site vitrine	82
DOSSIER 5	TROUVER SES PREMIERS CLIENTS	86
	• <i>Outil 26</i> Apprendre à prospecter	88
	• <i>Outil 27</i> Maîtriser les techniques de vente	92
	• <i>Outil 28</i> Savoir négocier	96
	• <i>Outil 29</i> Se familiariser avec le traitement des objections	100
	• <i>Outil 30</i> Vendre à des décideurs	102
	• <i>Outil 31</i> Utiliser LinkedIn pour trouver des missions	104
	• <i>Outil 32</i> Rédiger efficacement devis et bons de commande	106
	• <i>Outil 33</i> Facturer dans les règles de l'art	108

DOSSIER 6	EXCELLER EN PERSONAL BRANDING	112
	• <i>Outil 34</i> Marketing de soi	114
	• <i>Outil 35</i> La maîtrise du pitch	118
	• <i>Outil 36</i> L'art de raconter son histoire	120
	• <i>Outil 37</i> Adopter une posture efficace	122
	• <i>Outil 38</i> Asseoir sa présence et argumenter	124
	• <i>Outil 39</i> Créer son identité professionnelle	128
	• <i>Outil 40</i> Gérer son e-réputation	130
	• <i>Outil 41</i> Personal brand content	132
DOSSIER 7	SOIGNER SA RELATION AUX AUTRES	134
	• <i>Outil 42</i> Être en veille permanente	136
	• <i>Outil 43</i> Gérer sa présence sur les réseaux sociaux	140
	• <i>Outil 44</i> Solliciter des recommandations	142
	• <i>Outil 45</i> Gagner en efficacité avec la matrice OCMS	144
DOSSIER 8	ÊTRE ORIENTÉ CLIENT	148
	• <i>Outil 46</i> Cartographie des clients	150
	• <i>Outil 47</i> Définir le cycle de vie du client et agir	152
	• <i>Outil 48</i> Feed-back, évaluation, amélioration	156
	• <i>Outil 49</i> Enchanter, fidéliser	158
	• <i>Outil 50</i> S'appuyer sur des ressources utiles	160
DOSSIER 9	BOOSTER SON EFFICACITÉ PERSONNELLE ET PROFESSIONNELLE	162
	• <i>Outil 51</i> Savoir gérer son temps	164
	• <i>Outil 52</i> Définir son niveau de stress optimal	166
	• <i>Outil 53</i> Définir ses priorités avec la matrice d'Eisenhower	168
	• <i>Outil 54</i> Équilibrer ses sphères de vie	170
	• <i>Outil 55</i> Choisir ses lieux de travail et de rendez-vous	172
	• <i>Outil 56</i> S'auto-motiver	174
DOSSIER 10	DÉVELOPPER SON LEADERSHIP	176
	• <i>Outil 57</i> Autorité	178
	• <i>Outil 58</i> Assertivité	180
	• <i>Outil 59</i> Présence	184
	• <i>Outil 60</i> Influence	186
	Remerciements	190

1

DOSSIER

DÉMARRER SON ACTIVITÉ DE FREELANCE

“

Plus l'Homme a d'habitudes, moins il est libre et indépendant.

Kant



Dans un monde qui bouge, où les acquis sociaux d'hier sont bousculés et où la concurrence s'internationalise tandis que la volonté de s'épanouir et de se développer personnellement devient plus prégnante, un nombre croissant de jeunes étudiants en fin d'études, de personnes en reconversion professionnelle ou encore de salariés en activité se posent la question de devenir indépendants. Pour autant, se mettre à son compte implique un certain nombre de pièges à éviter et de démarches à entreprendre pour transformer cette aventure en succès avéré. Dans ce premier dossier, nous partageons des clés pour définir la condition de freelance et commencer ce changement de façon pérenne et efficace.

Une croissance du nombre de freelances en France

Le marché du travail évolue, comme l'illustrent la floraison des espaces de travail partagés en France et le nombre exponentiel d'articles de presse et de dossiers consacrés aux freelances. Selon une étude menée en 2018 par l'INSEE, on dénombre ainsi environ 3,2 millions de personnes exerçant avec un statut d'indépendant en France, avec une croissance soutenue depuis le milieu des années 2000, et ce essentiellement dans les services. Ils représentent ainsi 12 % de l'ensemble des actifs.

Ce sont environ 50 000 personnes qui sautent le pas de l'indépendance chaque année. Au niveau Européen, on identifie près de 10 millions de freelances. Le salariat classique est en crise et réclame la transformation des organisations vers plus d'agilité et de flexibilité tandis qu'en parallèle, les travailleurs aspirent à un nouvel équilibre de vie et à plus de liberté. Selon une étude conduite en 2019 par Angie pour la plateforme de freelances Malt, 90 % des freelances le sont par choix et favorisent ce statut principalement par souci d'indépendance.

Des profils divers

Les pionniers de ce nouveau mode de travail ont été les experts techniques et informatiques qui ont pu rapidement séduire les entreprises grâce à leurs expertises pointues. On trouve désormais un nombre important de freelances dans les métiers de l'image et plus largement de la communication et du webmarketing : des graphistes, directeurs artistiques, photographes, designers... mais aussi des concepteurs-rédacteurs, traducteurs ou community managers par exemple. Ce sont également des formateurs, consultants, coachs, chefs de projets, commerciaux, secrétaires ou encore assistants qui interviennent sur des missions ponctuelles auprès d'organisations. La liste des métiers concernés est longue et ne cesse de s'étoffer !

Les outils

1	C'est qui le freelance ?	12
2	Quand et comment quitter son emploi ?	16
3	Quel statut choisir ?	18
4	Obligations fiscales et comptables	20
5	Le cas particulier du portage salarial	22
6	La protection sociale du freelance	26
7	Se prémunir du salariat déguisé	28



Outil

1

C'est qui le freelance ?

“

Peu de gens sont faits pour l'indépendance, c'est le privilège des puissants.

Frédéric Nietzsche

En quelques mots

Le **freelancing** est le terme anglais qui désigne tous ceux qui mènent une activité professionnelle de façon indépendante. Que ce soit en adoptant un statut de micro-entrepreneur (autoentrepreneur), en créant une entreprise ou en ayant recours au portage salarial, ils conduisent leur métier de manière indépendante, libres de toutes contraintes hiérarchiques et **sans employer d'autres personnes**. Ils peuvent travailler de chez eux, partager des locaux, faire appel à des espaces de co-working tout comme s'installer chez leurs clients pour des missions ponctuelles. Le freelance a la particularité d'être à la fois un entrepreneur et son propre employé.

PORTRAIT-ROBOT DU FREELANCE

QUI EST FREELANCE ?

Portrait robot

PARITÉ HOMME/FEMME

Avec 46 % de femmes en 2019, les freelances se féminisent et les métiers se diversifient



34 ANS

C'est l'âge moyen des freelances



MAJORITAIREMENT URBAINS



- 73 % des freelances habitent en ville
- 15 % en zone périurbaine
- 12 % à la campagne

UN HAUT NIVEAU D'ÉTUDES



Près de la moitié des freelances ont un Bac + 5 ou plus

SELON UNE ÉTUDE DE LAETITIA VITAUD POUR LA PLATEFORME DES FREELANCES MALT (2019)



POURQUOI L'UTILISER ?

Objectif

Devenir freelance ne s'opère pas par défaut ou contrainte, c'est un véritable choix de changement de cap personnel et professionnel.

Contexte

Être freelance, c'est décider de vivre et travailler autrement : sortir du système confortable mais contraignant du salariat classique afin de se défaire de tout système hiérarchique classique. Celui qui souhaite travailler à son compte cherche à enrichir son travail en développant des expertises connexes à son propre métier. Il s'agit aussi bien d'arriver à exceller dans son propre savoir-faire que de maîtriser les outils et les techniques pour se faire connaître, vendre ses prestations et arriver à développer durablement son business.



COMMENT L'UTILISER ?

Étapes

1. Faire son propre auto-diagnostic : bilan de ses forces et faiblesses au regard du marché et de la concurrence en place (voir outils 8 et 13).
2. Déterminer les atouts et points de différenciation sur lesquels construire son expertise : est-ce que j'apporte un plus par rapport à tout ce qui existe déjà sur le marché ? Est-ce qu'il y a une vraie demande sur ma proposition de valeur ? (Voir outil 10.)
3. Définir son discours et son argumentation afin de savoir comment se positionner sur le marché (voir outil 20).
4. Lancer son activité et le faire savoir : avoir une valeur ajoutée c'est bien, le communiquer aux autres et en particulier à ses clients potentiels, c'est mieux ! (Voir dossier 6.)
5. Choisir son mode de fonctionnement et planifier son activité : temps dédié au travail *versus* temps personnel, lieux de travail, répartition des tâches, gestion de l'administratif... (voir dossier 69).
6. Piloter son activité et réorienter si nécessaire : ne pas naviguer à vue.

7. Assumer son nouveau statut de travailleur indépendant : être fier de ses choix.

Méthodologie et conseils

Est freelance celui qui le décide et a évalué sa capacité à être son propre chef en amont de faire le grand saut. Est freelance de manière pérenne celui qui a les qualités requises pour travailler de manière autonome et s'auto-appliquer la discipline nécessaire pour adopter un rythme de travail efficace tout en se fixant des objectifs ambitieux mais atteignables. Sachant que près de 90 % des freelances ont été salariés d'au moins une entreprise avant de se mettre à leur compte, il peut être pertinent pour limiter les risques au démarrage et gagner en sécurité de mener de front son activité de salarié et son activité d'indépendant dans les premiers mois.

Suite outil 1 →

Avant de vous lancer...

- ✓ **Pesez le pour et le contre : salariat vs. freelancing.**
- ✓ **Interviewez des freelances dans votre entourage et demandez-leur des témoignages en précisant notamment leurs points de difficulté.**
- ✓ **Une fois la décision prise de vous lancer, n'ayez pas peur d'y aller et faites confiance à vos intuitions.**
- ✓ **Assurez-vous que vous pourrez vous donner le temps nécessaire pour faire croître votre activité : estimez votre capacité financière pour autofinancer le démarrage et vérifiez l'aval et le soutien de votre entourage proche pour mener à bien cette nouvelle entreprise.**
- ✓ **Donnez-vous le temps de réussir : il faut du temps pour tester son modèle, l'optimiser et arriver à gagner ses premiers clients et références. Donnez-vous la chance d'y arriver en ne vous mettant pas une pression démesurée !**



COMMENT ÊTRE PLUS EFFICACE ?

Le freelancing, plus qu'un statut ou un régime, est surtout le choix d'un mode de vie. Avant de se lancer, et pour choisir en connaissance de cause, posons-nous les questions des avantages et inconvénients de ce mode d'organisation du travail.

Les avantages du freelancing par rapport au salariat

Être freelance permet de repenser sa façon de travailler et par extension son mode de vie :

- Choisir son rythme de travail (ne pas être contraint à des horaires journaliers de type 9h00 - 18h00 tous les jours) ;
- Pouvoir travailler plus certains jours et moins certaines fois : liberté de choisir ;
- Être libre d'aller chercher ses enfants à la sortie de l'école et se remettre à travailler après le dîner si tel est notre souhait pour équilibrer nos sphères de vie ;
- Être autonome, c'est-à-dire ne pas dépendre d'un supérieur hiérarchique ou de toute une organisation professionnelle ;
- Décider du nombre de jours travaillés et de son temps de repos ;
- Choisir ses prestations, ses missions et son espace de travail ;
- À terme, sélectionner également ses clients : pouvoir dire non ;
- La diversité et la stimulation intellectuelle : pouvoir passer d'un projet à un autre, d'un client à un autre, sans s'enfermer dans des tâches répétitives et routinières ;
- Être polyvalent : être tour à tour comptable, juriste, expert métier, commercial, marketeur...

Les inconvénients du freelancing par rapport au salariat

Ce choix n'est bien entendu pas anodin et pose un certain nombre de points de difficulté comme notamment :

- Moins de sécurité en cas de chômage ou de maladie ;
- Moins de confort puisqu'il faut gérer des aspects administratifs, comptables et fiscaux qu'un salarié ne supporte pas habituellement ;
- Moins d'avantages comme le treizième mois, les mutuelles d'entreprise, la voiture et le téléphone de fonction, les comités d'entreprise, les arbres de Noël... ;
- La solitude et l'isolement, contrairement au salarié qui a des collègues et bénéficie de moments de pause, de séminaires, de conventions d'entreprise... bref, de moment d'échanges ;
- Pas d'engagement dans le long terme sur un projet ou avec une entreprise ;
- Pas de salaire mensuel net fixe garanti : selon les activités, les revenus peuvent différer d'un mois sur l'autre, les activités peuvent être saisonnières... ;
- Les banques accordent généralement plus facilement des prêts à des fonctionnaires ou des salariés en CDI plutôt qu'à des freelances.

En synthèse

On peut encore lire des portraits dressés par les journalistes de freelances qui subissent leur statut et vivent dans la précarité mais cela est loin d'être le cas pour la majorité d'entre eux : 90 % des freelances le sont par choix et 1 freelance sur 2 gagne plus qu'en étant salarié selon l'étude menée en 2019 par Laetitia Vitaud pour Malt. Les préjugés sont longs à lever mais nous entrons dans une nouvelle ère où la jeune génération et de plus en plus de personnes à haut niveau d'études optent pour ce choix, ce qui, à terme, va contribuer à en changer l'image et à valoriser les freelances.



Auto-évaluation

Le freelancing est-il fait pour vous ?

Cette auto-évaluation a pour objectif de valider si vous avez le profil requis pour vous lancer dans la grande aventure du freelancing.

QUESTION	A	B
Si vous ne pouviez en garder qu'un, lequel ce serait ?	<input type="checkbox"/> Sécurité	<input type="checkbox"/> Liberté
L'incertitude vous fait-elle peur ?	<input type="checkbox"/> Oui, j'ai besoin d'un cadre précis et de pouvoir me projeter facilement.	<input type="checkbox"/> Non, j'ai confiance en moi et en l'avenir.
Avez-vous la trésorerie nécessaire pour démarrer votre activité de freelance ?	<input type="checkbox"/> Difficile, mes charges sont telles que je ne peux pas faire l'impasse d'un revenu mensuel garanti.	<input type="checkbox"/> Oui, j'ai mis de l'argent de côté pour pallier l'absence éventuelle de rémunération les premiers mois.
Êtes-vous à l'aise avec l'idée de « vous vendre » ?	<input type="checkbox"/> Non, je déteste me mettre en avant !	<input type="checkbox"/> Oui, c'est la clé de la réussite ! Pas de mission sans client !
Comment définiriez-vous votre entourage ?	<input type="checkbox"/> Je ne bénéficie pas réellement d'un réseau personnel et professionnel.	<input type="checkbox"/> Je peux compter sur ma famille, mes amis et mon réseau professionnel pour m'accompagner au démarrage.
Que pensez-vous de la notion de femme ou homme-orchestre ?	<input type="checkbox"/> Je n'aime pas m'éparpiller, je préfère me concentrer à 100 % sur mon expertise.	<input type="checkbox"/> Elle me correspond car j'adore toucher à tout et l'administratif comme le commercial ne me font pas peur.
Quel est votre état d'esprit actuellement ?	<input type="checkbox"/> Je suis en période de doutes et j'ai besoin d'être rassuré.	<input type="checkbox"/> J'ai une force et une motivation à toute épreuve.
Êtes-vous prêt à apprendre en continu ?	<input type="checkbox"/> J'ai déjà passé assez de temps dans mes études, maintenant je maîtrise mon sujet !	<input type="checkbox"/> Oui, je pense qu'il faut se mettre à jour en permanence et se former tout au long de sa vie.
Rêvez-vous d'être votre propre chef ?	<input type="checkbox"/> Pas nécessairement, j'apprécie l'émulation du groupe et le fait de me reposer parfois sur mon responsable.	<input type="checkbox"/> Oui, je veux prendre mes décisions sans contraintes hiérarchiques.

> Additionnez les points : 0 point pour chaque réponse en colonne A et 2 points pour chaque réponse en colonne B.

Vous avez entre 14 et 18 points : l'indépendance est faite pour vous ! Devenez freelance au plus vite.

Vous avez entre 8 et 12 points : ce n'est pas si mal. Testez le modèle avant de vous lancer à 100 % comme freelance.

Vous avez entre 4 et 6 points : c'est un peu tôt, mûrissez encore votre projet.

Vous avez entre 0 et 2 points : restez salarié !

Outil

2

“

Je me disais que pour prendre conscience de la vie, il fallait changer d'angle.

Nina Bouraoui

Quand et comment quitter son emploi ?

En quelques mots

La plupart du temps, on ne naît pas **freelance**, on le devient. Alors que nous sommes en poste, salarié dans une entreprise ou encore en période de chômage, peut émerger ce projet de réorientation professionnelle et d'évolution de statut. Ce changement de cap nécessite un plan d'actions réfléchi afin de :

- quitter son emploi au moment opportun ;
- sécuriser financièrement son évolution professionnelle ;
- anticiper tous les changements administratifs ;
- préparer en amont son offre marketing et commerciale ;
- être prêt mentalement à accueillir cette nouvelle façon de travailler.

LES 3 FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

