

Les stratégies BtoC et BtoB pour développer vos revenus de thérapeute



Ce guide pratique à destination des thérapeutes et de tous les praticiens de santé non réglementés qui ambitionnent de sortir de leur routine et créer une activité rentable et pérenne.

INTRODUCTION

- Vous êtes thérapeute et vous sentez que votre expertise mérite plus de reconnaissance ?
- Vous voulez développer votre activité mais ne savez pas par où commencer ?
- Vous rêvez d'accéder au marché des entreprises mais cela vous semble inaccessible ?

Ce guide va transformer votre vision du métier de thérapeute.

Contrairement à ce que vous pensez, être un excellent praticien ne suffit plus pour développer une activité florissante.

Les attentes clients ont changé, la concurrence est importante et le marché ne fonctionne plus de la même manière et pourtant, les opportunités se sont multipliées.

Dans ce guide, vous découvrirez :

- Pourquoi votre expertise seule ne suffit plus (et ce qu'il faut faire).
- Comment créer un tunnel de vente automatisé auprès des particuliers (BtoC).
- La méthode complète pour accéder au marché des entreprises (BtoB).
- Les outils concrets pour diversifier vos revenus.

Prêt à révolutionner votre approche ?

PARTIE 1 :

LES FONDATIONS DE VOTRE SUCCÈS

Pourquoi votre expertise n'est pas votre solution ?

Le piège de l'expertise technique.

Vous possédez une réelle expertise dans votre domaine : naturopathie, réflexologie, hypnothérapie... Vous vous êtes formés, vous avez pratiqué, vous avez déjà mis vos compétences au service de vos clients, et vous obtenez des résultats concrets à la clé...

Et pour autant, votre activité stagne !

Le problème ?

Votre expertise ne représente que 20% de votre succès.

Les 80% restants, c'est votre capacité à :

- Identifier le bon marché,
- Créer la bonne offre,
- Toucher les bons prospects,
- Convertir efficacement,
- Fidéliser et développer votre clientèle.

PARTIE 1 : LES FONDATIONS DE VOTRE SUCCÈS

1.1 Choisir votre cible « niche » : la spécialisation gagnante.

L'ERREUR FATALE : « Je peux aider tout le monde ».

LA RÉALITÉ BUSINESS : Avoir une « spécialité généraliste » n'a aucun sens.

Comprenez que votre client risque de s'interroger sur votre capacité à cibler et identifier la cause de son dérèglement (endométriose, eczéma...) si vous êtes généraliste de tout, et finalement expert de rien.

Sa souffrance a besoin d'un expert dans son domaine, et cela le rassurera.

Vous avez déjà entendu ce principe marketing essentiel : « Mieux vaut être indispensable à quelques-uns, qu'invisible à tous ».

Comment identifier votre niche parfaite :

Méthode des 3 cercles :

- **Vos compétences** : dans quoi excellez-vous vraiment ?
- **Besoins du marché** : quels problèmes cherchent des solutions ?
- **Votre passion** : qu'est-ce qui vous anime vraiment ?

Votre niche = intersection des 3 cercles.

Exemples de niches rentables :

- **Naturopathe spécialisée endométriose** → Marché : femmes 25-45 ans + entreprises.
- **Sophrologue expert burn-out** → Marché : cadres stressés + RH entreprises.
- **Nutrithérapeute troubles digestifs** → Marché : actifs urbains + corporate.

PARTIE 1 : LES FONDATIONS DE VOTRE SUCCÈS

1.2 Votre proposition de valeur : la promesse qui convertit.





ERREUR : « Je propose des séances de naturopathie »

SOLUTION : « J'aide les femmes à retrouver leur énergie en 90 jours sans médicaments ».

Formule gagnante de la proposition de valeur :

"J'aide [CIBLE PRÉCISE] à obtenir [RÉSULTAT DÉSIRÉ] grâce à [OFFRE PROPOSÉE]"

Exemples transformés :

-  « Séances de sophrologie ».
 « J'aide les futures mamans à vivre leur grossesse plus sereinement et à préparer leur accouchement grâce à des séances mêlant relaxation corporelle, respiration consciente et visualisations positives.».
-  « Consultations de nutrition ».
 « J'aide les entrepreneurs à maîtriser leur fatigue grâce à une méthode prouvée et personnalisée en 8 semaines ».



PARTIE 1 : LES FONDATIONS DE VOTRE SUCCÈS

1.3 Vos partenaires et outils : l'écosystème de la réussite.

Gardez en tête, qu'évoluer seul est le pire ennemie pour développer une activité !

Il est important de développer des partenariats stratégiques pour faire rayonner votre expertise:

- **Prescripteurs** : médecins, pharmaciens, coachs...
- **Complémentaires** : autres thérapeutes non-concurrents.
- **Réseaux** : associations professionnelles, chambres de commerce...
- **Influenceurs** : blogueurs santé, coaches Instagram...
- **Mentors et coachs** : pour vous aider à dépasser vos blocages, profiter d'avis objectifs et vous aider à prendre de la hauteur sur vos décisions.

Mais aussi d'utiliser des outils essentiels qui vont vous aider dans votre quotidien et vous faire gagner en productivité :

- **CRM** : Pipedrive, HubSpot
- **Calendly** : Prise de RDV automatisée
- **Zoom/Teams** : Consultations à distance
- **Canva** : Création visuelle professionnelle
- **Mailchimp** : Email marketing
- **Stripe** : Paiements en ligne



PARTIE 1 : LES FONDATIONS DE VOTRE SUCCÈS

1.4 Votre positionnement prix : valoriser votre expertise.

Les 3 erreurs de tarification :

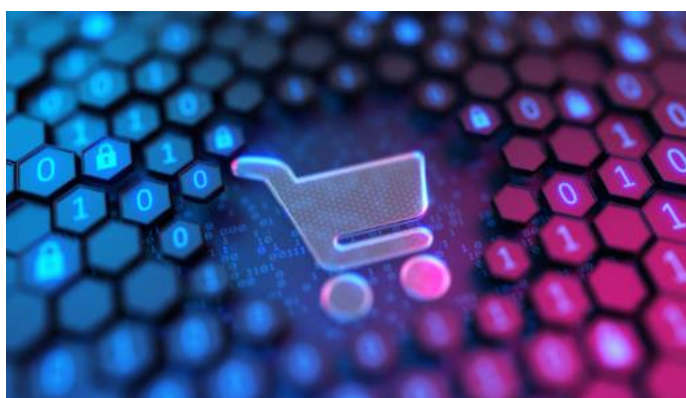
- **Copier la concurrence** → Guerre des prix perdante.
- **Tarifer au temps** → Limitation de revenus.
- **Avoir peur d'être cher** → Dévalorisation.

Méthode de tarification valeur :

$$\text{Prix} = \text{Valeur perçue} / \text{Alternatives disponibles} \times \text{Urgence du problème}$$

Justification de vos tarifs :

- **Formation certifiante** + années d'expérience
- **Résultats clients** mesurables et témoignages
- **Spécialisation rare** sur votre niche
- **Accompagnement personnalisé** vs solutions génériques



PARTIE 2 :

STRATÉGIE BtoC

Comment attirer et convertir vos prospects particuliers ?

Pour un thérapeute, le développement de sa clientèle passe de plus en plus par une présence en ligne claire et professionnelle.

L'objectif d'un tunnel de vente automatisé est de créer un parcours fluide qui vous demande peu d'effort et qui amène un prospect à découvrir vos services, à bâtir une relation de confiance avec vous, et in fine, à réserver une séance.

On y retrouve plusieurs étapes clés :

- Attirer l'attention.
- Capturer les contacts.
- Nourrir la relation.
- Convertir en rendez-vous.
- Fidéliser et amplifier.



PARTIE 2 : STRATÉGIE BtoC

2.1 Votre tunnel de vente : la machine à prospects.

L'architecture du tunnel parfait :

TRAFIC → LANDING PAGE → LEAD MAGNET → EMAIL
SEQUENCE → DÉCOUVERTE → VENTE

2.2 Les 6 étapes détaillées

1. **Créer votre landing page** qui convertit en 7 sections (Hero section, Problème /Agitation, Solution/Méthode, Preuves sociales, Présentation expert, Offre irrésistible, Urgence rareté).
2. **Votre lead magnet** sous format guide PDF, vidéo de formation, quizz/évaluation.
3. **Publicité payante** : cibler juste pour dépenser moins (données démographiques, centres d'intérêts, audiences personnalisées, Google Ads...)
4. **L'entretien de découverte** : convertir par l'écoute (accueil et cadrage, diagnostic, explications, solutions).
5. **Votre argumentaire de conversion** fondé sur la méthode SONCAS parfaitement adaptée aux thérapeutes.

PARTIE 3 :

STRATÉGIE BtoB

Comment intervenir en entreprise pour diversifier votre activité et vos revenus ?

Le marché des particuliers est essentiel, mais il peut parfois être instable.

Plus difficile d'accès, mais source de grandes opportunités, le **BtoB** (c'est-à-dire la collaboration avec les entreprises) représente un enjeu stratégique inexploré pour beaucoup de thérapeutes.

Le monde du travail connaît aujourd'hui une véritable transformation : stress, burn-out, quête de sens, besoin de cohésion d'équipe... Autant de problématiques pour lesquelles vos compétences représentent une réponse directe et précieuse.



PARTIE 3 : STRATÉGIE BtoB

3.1 Créer votre identité entreprise.

Transformez votre image :

- **Ton professionnel** et expert (vocabulaire différent du BtoC).
- **Visuels corporate** et sérieux.
- **Bénéfices business** et ROI.
- **Communication rationnelle.**

Vos supports entreprise essentiels :

- **Plaquette commerciale** PDF professionnelle.
- **Présentation PowerPoint** standardisée.
- **Site web section** dédiée aux entreprises.
- **Références clients** et cas d'études.
- **Tarifs pour les entreprises** et conditions générales.

3.2 Concevoir votre offre entreprise.

Appliquer la même tarification et la même proposition de valeur qu'en BtoC serait une erreur stratégique.

Le BtoB n'achète pas une séance, il investit dans une solution globale de bien-être et de performance.

Votre promesse et vos tarifs doivent refléter cette valeur ajoutée.



PARTIE 3 : STRATÉGIE BtoB

3.3 Identifier vos entreprises cibles.

Segmentation par taille :

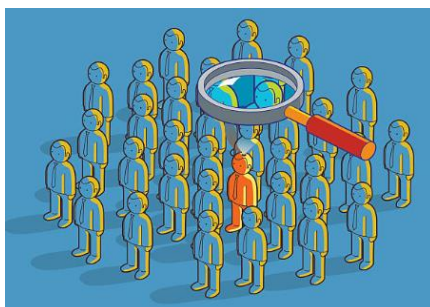
- **PME (20-250 salariés)** : approche directe, décision rapide (souvent 1 seul décisionnaire).
- **MOYENNES ENTREPRISES (250-1000 salariés)** : process plus structurés, interlocuteurs multiples (RH + Direction).
- **GRANDES ENTREPRISES (1000+ salariés)** : budget important mais process long, référencement fournisseur obligatoire, concurrence forte.

3.4 Répertoire vos interlocuteurs :

- **PRESCRIPTEUR** (identifie le besoin).
- **INFLUENCEUR** (conseille la décision).
- **DÉCIDEUR** (valide le budget).
- **UTILISATEUR** (bénéficie de la solution).

3.5 Décrocher le premier rendez-vous.

- **EMAIL À FROID** (40% de taux d'ouverture).
- **APPEL À FROID** avec un script en 4 étapes à construire en amont.
- **LINKEDIN** pour une approche sociale.
- **RECOMMANDATIONS** : l'approche la plus efficace.



PARTIE 3 : STRATÉGIE BtoB

3.6 Réussir votre rendez-vous commercial.

Un rendez-vous commercial avec un décideur en entreprise est une étape décisive pour un thérapeute souhaitant développer son activité en BtoB.

Contrairement à une séance avec un particulier, il ne s'agit pas seulement de parler de vos compétences, mais surtout de démontrer **la valeur concrète que vous pouvez apporter à l'organisation.**

3.7 Gérer l'administratif contractuel.

La réussite d'une collaboration en BtoB ne repose pas seulement sur la qualité de la prestation, mais aussi sur la solidité du cadre administratif.

Mettre en place des documents clairs et complets permet de sécuriser la relation avec l'entreprise et de gagner en crédibilité professionnelle.

- **Devis détaillé** : il précise la prestation, les objectifs attendus, le planning, les tarifs et les conditions de paiement ou d'annulation. C'est la base d'un accord transparent.
- **Conditions générales de vente (CGV)** : elles fixent les règles du jeu (paiement, annulation, confidentialité, assurances, propriété intellectuelle).
- **Contrat de prestation** : il formalise l'engagement entre vous et l'entreprise, en détaillant les missions, le coût, la durée, les obligations et les modalités de résiliation.



CONCLUSION

Vous avez maintenant toutes les clés en main pour transformer votre activité de thérapeute et en vivre pleinement !

Néanmoins, pour profiter de la toute puissance de ce guide, il est impératif que vous construisiez un planning d'actions précis semaine par semaine et que vous le respectiez scrupuleusement, car **la théorie sans l'action ne mène nulle part,**

Vous avez maintenant 2 choix :

- **Tenter seul(e)** ce parcours et appliquer ces stratégies pour booster votre activité.
- **Être accompagné(e)** pour ne plus évoluer seul et obtenir des résultats plus rapidement.

Si vous voulez accélérer votre transformation et éviter les pièges classiques, nous sommes là pour vous accompagner.

Prêt à booster votre activité ?

CONCLUSION

Chez PRATICÉE, nous avons à cœur de vous accompagner dans votre réussite.

Nous sommes convaincus de l'importance de votre expertise et nous voulons véritablement être à vos côtés, tel un bras droit business personnalisé qui vous oriente dans vos décisions, sans jargon stéréotypé, pour être le plus clair et efficace possible ensemble.

RÉSERVEZ VOTRE APPEL DECOUVERTE GRATUIT :

L'opportunité de 30 minutes ensemble pour :

- Analyser votre situation actuelle.
- Identifier vos leviers prioritaires.
- Définir votre plan d'action personnalisé.
- Comprendre comment PRATICÉE peut vous aider.

Cliquez ici pour réserver votre créneau :



<https://praticee.odoo.com/book/rdv-decouverte>

**Faites-vous partie de la nouvelle
génération de thérapeutes
entrepreneurs ?**