

ACTION :

1. - Écrivez maintenant quels sont les domaines de la photographie qui vous passionnent : reportages d'événements familiaux, mariages, séniors, photographie d'enfants, premiers pas, baptêmes, prestations maternité, photos d'animaux, photographie de biens immobiliers, photographie de charme...

2. - Analysez maintenant ce qui existe déjà dans votre région. Consultez les sites des photographes qui s'y trouvent. Y en a-t-il qui sont spécialisés dans un domaine particulier ? Ou sont-ils plutôt polyvalents ?

Ça va vous permettre peut-être d'identifier une « niche » bien à vous, dans laquelle il n'y a pas de concurrents et dans laquelle il vous sera facile de vous positionner.

Le fait qu'il y ait de la concurrence n'est pas une mauvaise chose. C'est une preuve que le marché sur lequel vous pensez vous positionner est dynamique et rentable.

ACTION :

Quelles sont les différences qui pourraient vous avantager ? Qu'est-ce qui pourrait faire que vous soyez unique dans votre domaine ?

3. - Si d'autres photographes offrent déjà leurs services dans le domaine auquel vous aimeriez vous positionner, demandez-vous si vous allez pouvoir proposer un travail et un service supérieur en qualité que ce qui est proposé par vos concurrents ?

Il est important de croire que vous êtes capable de mieux vous positionner qu'un concurrent, mais il est important aussi d'utiliser votre bon sens.

ACTION : Écrivez qui sont, selon vous, vos concurrents directs qui offrent des services similaires à ceux que vous voulez proposer et écrivez la façon dont vous serez différents, ce que vous proposerez qu'ils ne font pas ou qu'ils font mal ?

Quels seront les avantages de choisir vos offres plutôt que celles de vos concurrents ?

4. - Cherchez à connaître les tarifs qui sont généralement pratiqués dans le secteur d'activité que vous visez. Cela va vous aider à déterminer la rentabilité de votre entreprise qu'il vous sera possible d'atteindre.

Vous n'allez pas copier, vous aligner sur les tarifs de vos concurrents ou pire pratiquer des tarifs plus bas, mais réfléchir comment vous allez pouvoir vous positionner autrement en développant des prestations différentes.

Nous verrons bientôt comment calculer vos tarifs selon vos charges sans oublier de vous attribuer un salaire !

ACTION : Comparez si possible les produits, les prix, la qualité, le service, l'expérience, les délais de livraison du produit final, la disponibilité, l'emplacement, la réputation, l'apparence, les compétences, l'expertise, le processus de vente, le processus de paiement (s'ils prennent les cartes de crédit, offrent des facilités de paiement, une garantie) avec ce que vous allez pouvoir proposer et l'image de votre affaire que vous allez créer.

5. - Demandez-vous qui sera intéressé par les prestations que vous voulez offrir ? Comment vos services vont être connus ? Publicité, bouche à oreille, références ?

6. - Vérifiez que le domaine que vous visez n'est pas saturé. Evolue-t-il ?

Soyez honnête et réaliste dans les réponses que vous allez donner à ces questions. C'est la condition sine qua non pour que vous ayez une vision précise de vos chances de succès.

Gardez à l'esprit que vous devez cibler un marché qui va vous permettre d'offrir des prestations originales et innovantes, distinctes de celles qu'offrent vos concurrents.

ACTION :

7. - Quel modèle d'activité allez-vous créer ?

Un magasin de photo

C'est souvent le modèle d'activité auquel on pense en premier. Cela permet de vendre du matériel, de proposer des travaux de laboratoire : tirage de photos, reproduction..., de faire de la photo d'identité, de vendre des albums, des cadres tout en proposant aussi des prestations de photos familiales, portraits, mariages etc.

Il existe probablement déjà un magasin photo dans votre région. Je ne vous conseille pas d'en ouvrir un de plus. Reprendre un magasin qui a une bonne rentabilité, bonne réputation et une clientèle importante peut constituer une bonne affaire mais ce n'est cependant pas ce que je vous conseille de faire.

Le risque financier est trop important.

Un studio photo

Vous allez offrir des prestations de photographie sociale : portraits, mariages, baptême mais pas de vente de matériel ni de prestations travaux amateurs.

Ce modèle d'activité demande réflexion, car selon la région où vous la pratiquerez, vous n'aurez pas toujours une clientèle qui a un pouvoir d'achat suffisant pour s'offrir les prestations que vous offrez et aux tarifs qui vous permettront de vous assurer des revenus suffisants.

Ayant pratiqué ces deux modèles d'activité, je ne vous les conseillerai pas, car ils nécessitent que vous ayez un local avec pignon sur rue, donc de vous engager dans une location et de prendre le risque que vos dépenses ne soient pas couvertes par les revenus de votre activité.

Travailler de chez vous, en extérieur ou chez vos clients.

Posséder un local n'est pas indispensable pour exercer votre métier de photographe professionnel. Il est tout à fait possible, selon votre « spécialité, » de travailler de chez vous, en extérieur ou encore au domicile de vos clients. Exemples : les reportages de mariage, la photo d'enfants qui peut très bien se faire au domicile de vos clients, les photos de modèles qui ne nécessitent pas d'avoir un studio etc.

C'est le modèle d'activité que je vous conseille, car il ne nécessite pas d'investissement et vous permet donc de créer votre propre affaire de photographie en toute sécurité.

Internet vous permet aujourd'hui d'avoir une « vitrine », de présenter votre travail, de vous faire connaître et de faire connaître les prestations que vous offrez sans que vous ayez besoin d'avoir pignon sur rue.

8. - Faites maintenant le récapitulatif de vos points forts et vos forces. Pourquoi allez vous réussir ? Quels sont vos atouts principaux, votre différence...? Écrivez-les.
Quels sont les obstacles qui vous retiennent encore et vous empêchent de démarrer tout de suite ? (pas de matériel, des compétences qui vous manquent, votre emplacement... Nommez tout ce que vous sentez qui vous retient, tout ce qu'on pourrait appeler vos « OUI, mais... » Quelles sont vos excuses pour ne pas aller de l'avant ?
Écrivez comment vous allez surmonter ces obstacles ?

ACTION :