



Christian Scherrer

VIVRE DE SES PHOTOS

Photacademy

Découvrez sans vous tromper,
le domaine de la photographie
qui vous correspond et qui va
vous assurer les meilleures
chances de réussite...

La nouvelle démarche pour créer
votre affaire de photographie dans
un marché rentable

CHRISTIAN SCHERRER

Félicitations, vous faites maintenant partie de la minorité des photographes qui vont connaître une nouvelle démarche qui a fait ses preuves, très facile et très efficace pour trouver votre spécialité en photographie qui vous assurera rapidement de la rentabilité.

Pour réussir à gagner de l'argent avec votre activité de photographe, le choix d'un domaine qui sera rentable pour vous sur le court et le long terme est peut-être le choix stratégique le plus important que vous puissiez faire dans toute votre activité

La grosse majorité des personnes qui démarrent une activité de photographe professionnel ne savent souvent pas l'importance qu'il y a de choisir un domaine et d'en faire leur spécialité.

Ils partent tête baissée, cherchent à « tout » photographier, acceptent tous les travaux qui se présentent à eux pour finalement se rendre compte au bout de six mois ou parfois deux ans que finalement leur affaire de photographie n'est pas rentable et qu'ils doivent fermer leur entreprise.

Avec ce guide, vous aurez l'assurance qu'un tel scénario catastrophe, et pourtant fréquent, ne vous arrivera pas.

En effet, pour bien choisir votre spécialité, il existe des points clés à vérifier.

En répondant à quelques questions, vous saurez exactement à la fin de ce guide quel domaine vous correspond, sans passer des semaines en recherches inutiles : le domaine qui vous assurera la rentabilité de votre affaire de photographie.

Voyons tout d'abord pourquoi il est important de cibler une activité bien précise.

La meilleure façon de réussir votre entreprise de photographie c'est de ne pas chercher à « tout » photographier, mais de cibler une activité bien précise et de développer votre propre style, votre image, votre signature qui vous distinguera des autres photographes.

Vos clients attendent de vous que vous soyez spécialisé dans le domaine qui répondra exactement à ce qu'ils recherchent, à leurs besoins.

Ne pas se spécialiser est une des erreurs les plus souvent commises et qui est la cause de la plupart des échecs de ceux qui lancent leur activité de photographe professionnel.

En voulant tout faire, on ne maîtrise finalement rien!

En choisissant une activité précise, vous allez pouvoir concentrer vos efforts et améliorer vos compétences dans un domaine précis.

Vous vous développerez plus rapidement tant sur le plan technique que commercial et vous vous distinguerez rapidement de toute concurrence.

Comment découvrir l'activité qui va vous permettre de vous positionner comme le « spécialiste » de votre domaine ?

1. - Déterminez tout d'abord ce qui vous passionne le plus en photographie ?

Beaucoup de gens qui débutent se lancent comme nous l'avons vu en acceptant tous les travaux qui se présentent à eux :

On leur demande de faire une reproduction de photo, de faire des photos d'un appartement mis en vente, de photographier un anniversaire, de faire des photos pour la carte d'un fast food, des photos de passeport... Ils acceptent TOUT, bien que 90 % des travaux qu'on leur propose ne les passionnent pas vraiment.

Retenez bien ceci : si vous n'avez que peu d'intérêt pour les sujets que vous êtes obligé de photographier, alors vous n'apprécierez pas votre travail.

Car, ne vous méprenez pas, créer votre affaire de photographie et gagner de l'argent ne va pas se faire en claquant des doigts.

Monter une entreprise qui réussit prend un peu de temps et demande du travail. Et si vous choisissez une activité pour laquelle vous ne vous sentez pas du tout concerné, vous ne prendrez aucun plaisir et ne serez pas motivé.

Vous serez bien plus impliqué, créatif et efficace si vous exercez une activité qui vous passionne. Travailler avec passion permet de ne pas compter son temps, de ne pas avoir l'impression de travailler.

La passion libère des processus mentaux et, par conséquent, vous rend plus performant. Elle libère aussi votre potentiel, car vous êtes capable de faire plus et mieux, sans devoir faire des efforts pour vous motiver.

La passion c'est aimer faire et bien faire.

ACTION : 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.*

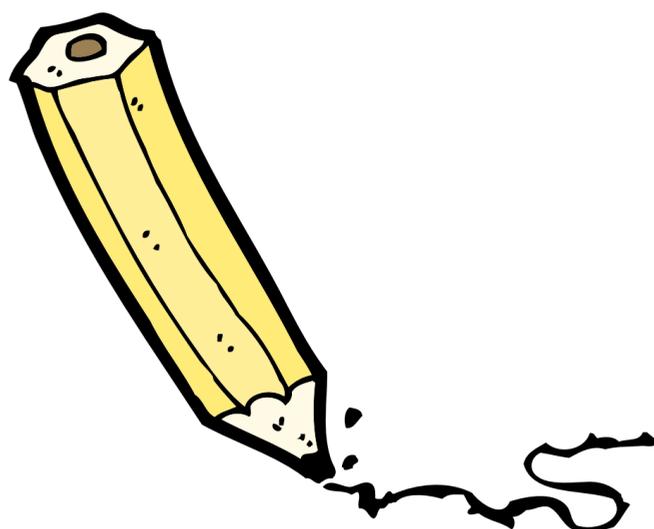
Consultez les sites des photographes qui s'y trouvent. Y en a-t-il qui sont spécialisés dans un domaine particulier ? Ou sont-ils plutôt polyvalents ?

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 ?

Ecrivez tout cela...

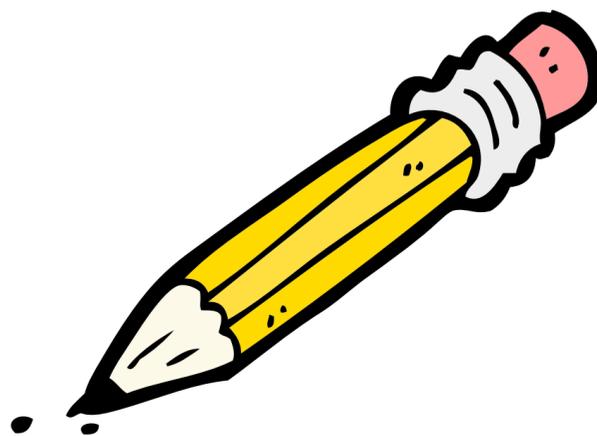


3. Si d'autres photographes offrent déjà leurs services dans le domaine auquel vous aimeriez vous positionner, demandez-vous si vous allez-vous pouvoir proposer un travail et un service supérieur en qualité que ce qui est proposé par vos concurrents ?

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 dans un autre guide 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, offrir des facilités de paiement, garanties) 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. Évolue-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.



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.



Quel modèle d'activité allez-vous créer ?

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.



Quel modèle d'activité allez-vous créer ?

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.

7. 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 ? (Vous n'avez pas de matériel, des compétences vous manquent, votre emplacement n'offre que peu de possibilités...)

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 maintenant comment vous allez surmonter ces obstacles ?



Conclusion

Avec ce guide, vous avez pu comprendre l'importance de vous spécialiser et de vous différencier.

Vous savez désormais tout ce qu'il y a à savoir pour choisir un domaine lucratif sans vous tromper et créer une affaire de photographie solide à court terme, mais aussi à long terme.

Vous aurez l'assurance que vous ne perdrez pas des mois ou des années en efforts inutiles à accepter des travaux qui ne vous rapportent rien.

Désormais, vous allez pouvoir choisir un domaine qui sera rentable et ne pas faire comme les personnes qui choisissent de faire « tout et n'importe quoi » et qui ensuite se découragent et arrêtent tout, pensant que l'activité de photographe professionnel n'est pas faite pour eux.

Ils gâchent ainsi cette immense et magnifique opportunité de réussite et d'indépendance qu'offre la profession de photographe.

Rappelez-vous toujours ceci :

TOUT EST POSSIBLE

Peu importe votre degré actuel de connaissance technique ou commerciale, trouver un domaine de la photographie dans lequel vous aurez du succès est possible. Un domaine qui résonne réellement en vous.

Suivez votre coeur, et ensuite laissez votre mental faire le reste.

Tout est possible donc **foncez !**

