

Thibault DEMORTIER et Romuald LESAGE

Livre blanc du Marketing HUMANISTE

*« Offrez au monde le meilleur de vous-même,
sans passer pour un vendeur de rêves... »*



Table des matières

Les fondements du marketing HUMANiste	3
Les commandements du marketing HUMANiste	3
Qu'est-ce que le marketing humaniste ?.....	4
Humaniste ?.....	4
Les différences avec le marketing classique	5
Répondre à un besoin... ..	5
...ou donner le meilleur de Soi aux autres ?.....	5
Rendez votre marketing invisible ! (pour mieux aider vos clients à prendre la meilleure décision pour EUX)	6
Bâtissez une activité sur-mesure et alignée sur «Qui vous-êtes ?»	6
Comment détecter les FAUX-humanistes ?	8
Qui sommes nous ?	9
Qui est le marketeur humaniste ?.....	9
Passionné de développement personnel et spirituel	9
Un esprit cartésien	10
Un humaniste depuis toujours	10
Un infopreneur avant tout	12
Animateur de 5 MasterMinds d'infopreneurs	12
Un choix cornélien !.....	14
Une expérience mystique	15
Une mission de vie, reçue en méditant.....	15
Une typologie d'esprit particulière (Concepteur Utilitariste), un talent particulier.....	16
En résumé	17
Qui est Thibault Demortier ?.....	18

Les fondements du marketing HUMANiste

- L'abondance est la conséquence de ce que vous offrez à l'humanité
- L'argent est seulement une partie de cette abondance. L'autre partie se compose de gratitudes, d'amitiés, de partenariats magiques, de savoirs...

Les commandements du marketing HUMANiste

- Rendez votre **marketing invisible** ! (*pour mieux aider vos clients à prendre la meilleure décision pour EUX*)
- Bâissez une **activité sur-mesure** et **alignée** sur « Qui vous êtes »
- Construisez votre équipe pour décupler **votre impact dans le monde**
- Faites enfin **vibrer humainement** votre business digital
- Impactez le monde à votre échelle **en transformant la vie de vos clients**
- Pour ne pas risquer d'être assimilé à un vendeur de rêve : **Tenez vos promesses !**
- Obtenez un **taux de suivi record de vos formations**

=> Dans la suite de ce document, nous allons vous démontrer comment le marketing HUMANiste va changer RADICALEMENT votre envie d'impacter positivement le monde... et votre façon d'en vivre !

Qu'est-ce que le marketing HUMANiste ?

Les termes « marketing » et « HUMANiste » peuvent sembler contradictoires.

L'un répond au besoin vital qu'à une entreprise de vendre. *Sans vente, pas de bénéfice et impossible de payer le moindre salaire.*

Mais si vendre est une condition nécessaire, nous ne croyons pas que ce soit le seul objectif d'une entreprise.

Certains créent une entreprise pour l'aventure entrepreneuriale, d'autres pour la liberté, d'autres encore pour créer des emplois.

Et certains pour rendre le monde meilleur...

Nous croyons profondément que nous ne naissons pas par hasard et que notre âme vient faire quelque chose de précis sur terre.

Encore faut-il découvrir quoi !

Nous avons créé le marketing HUMANiste pour répondre à un besoin grandissant parmi ceux qui souhaitent faire avancer le monde.

« Il faut vendre, mais pas à tout prix ! » Romuald LESAGE

Certains entrepreneurs ne peuvent pas être amalgamés avec des vendeurs de tapis. On ne peut pas enseigner la méditation et avoir un marketing maladroit faisant penser à du SPAM ou à de la publicité.

MAIS... il faut que l'entreprise vende quand même, sans forcer, en douceur avec l'outil marketing qui convient.

Pour répondre aux besoins de ces entreprises HUMANistes, il fallait un marketing adapté, lui aussi HUMANiste.

HUMANiste ?

D'après Larousse.fr

Humanisme : Philosophie qui place l'homme et les valeurs humaines au-dessus de toutes les autres valeurs.

« On peut donc définir les HUMANistes comme ceux qui cherchent à faire avancer en premier l'homme et l'humanité. »

Les différences avec le marketing classique

Si le marketing classique ne peut pas répondre aux besoins exacts des HUMANistes, il fallait en créer une version adaptée. Le marketing HUMANiste est né de ce besoin différent.

Répondre à un besoin...

Dans le marketing classique, on vous engage à répondre précisément à un besoin qualifié et quantifié.

C'est la meilleure manière de faire le maximum d'argent à court terme.

Mais ce n'est pas l'objectif premier des HUMANistes.

« Les HUMANistes s'occupent d'abord de la diffusion de leurs savoirs et de la satisfaction de leurs clients à long terme »

Ensuite, ils récoltent les fruits de leur travail en proportion de ce qu'ils ont offert à l'humanité.

Se contenter de répondre à un besoin crée un décalage entre « ce que j'avais envie de donner » et « ce que le marché voulait de moi ». C'est ainsi que l'on se retrouve piégé dans une entreprise où l'on ne se reconnaît plus.

...ou donner le meilleur de Soi aux autres ?

Le marketing HUMANiste propose une approche diamétralement opposée.

« Au lieu de partir du besoin des autres, le marketing HUMANiste vous propose de partir de VOUS ! » Romuald LESAGE

Partez de ce que vous avez de plus grand et de plus profond à offrir à l'humanité. Faites-lui ce cadeau et recevez l'abondance en échange.

Rendez votre marketing invisible !

(pour mieux aider vos clients à prendre la meilleure décision pour EUX)

Plus votre marketing se voit, plus vous risquez de passer pour un vendeur de tapis ou un manipulateur. Tout l'art est de le faire disparaître pour laisser vos clients faire des choix éclairés et qu'ils ne regretteront pas.

On ne peut pas exploiter la faiblesse des gens pour leur vendre des produits inadaptés. Certaines techniques de persuasion doivent être employées avec le recul nécessaire et en pleine conscience.

S'il doit disparaître, il ne doit pas pour autant être inexistant. Certaines formations peuvent se vendre 3 fois moins bien sans aucun marketing.

Pour rendre votre marketing invisible, votre communication devra être parfaitement alignée avec la vibration de la promesse de votre produit. Et croyez-nous, la promesse c'est le plus important !

Construisez votre équipe et décuplez votre impact dans le monde

En tant que solo-entrepreneur, vous serez vite confronté à vos propres limites (temps, capacité de travail, savoirs-faire, nouvelles aptitudes...).

Construisez donc votre équipe pour impacter plus loin et plus fort le monde.

Se constituer une équipe est un art, celui du team-building.

- Dois-je salarier ?
- Dois-je déléguer ? Quoi ? Comment ?
- Comment recruter ?
- Comment former ?
- Comment capitaliser ?

Il faudra répondre à minima à ces questions pour passer au niveau supérieur.

Bâissez une activité sur-mesure et alignée sur «Qui vous-êtes ?»

Au lieu de partir de ce qui marche ou ce qui est à la mode en ce moment, du marché ou d'une niche à fort potentiel, vous construisez votre avenir sur des bases solides.

1. Rien n'est plus fort que ce qui vous constitue.
2. Vous ne pouvez rien apporter de mieux au monde que ce qu'il y a de plus profond en vous.

En construisant ou en recentrant votre activité sur ces deux règles fondamentales, tout vous semblera facile, simple et évident. Un « boulevard de possibilité » s'ouvrira devant vous.

Vous n'aurez jamais plus l'impression de travailler ni de courir après l'argent.

Cet alignement se ressentira dans toutes vos communications et dans chacune de vos futures actions.

Vous deviendrez hautement magnétique. Vous n'attirez à vous que des personnes alignées avec qui vous êtes.

C'est le moyen de plus court pour transformer vos clients en ambassadeurs !

En construisant une **activité sur-mesure**, je tiens compte de ce que je suis. Mes forces, mes talents et mes faiblesses. La stratégie déployée pour moi est nécessairement **individualisée** et ne suit pas forcément les tendances du marketing.

Faites enfin vibrer humainement votre business digital

L'ère du « tout-automatisé » ne durera pas éternellement. Vos prospects et vos clients deviennent de plus en plus exigeants et attendent de vous autre chose qu'une simple séquence d'emails, suivi d'un produit sans âme.

Votre activité n'est pas constituée que de leads.

Les visiteurs de votre site, vos prospects et vos clients sont des êtres humains qui méritent non seulement du respect mais aussi que vous leur apportiez toute votre attention.

Pour ré-humaniser votre business vous aurez besoin de re-concevoir votre activité. C'est votre stratégie globale qu'il faut repenser pour y injecter des partages entre humains.

Impactez le monde en transformant la vie de vos clients

Chaque vie transformée, contribue à changer le monde.

Chaque formation vendue doit être pour vous l'occasion d'impacter positivement la vie de vos clients.

Vous êtes l'un des maillons d'une chaîne de plusieurs milliers de personnes, qui apportent quotidiennement leur contribution pour changer le monde.

Vous ne pouvez pas vous contenter de vendre une prestation. Il faut d'abord satisfaire vos clients puis les amener au-delà... vers une transformation profonde.

Tenez vos promesses !

On ne peut pas se dire HUMANiste et déclarer (comme Henri Queuille):

« Les promesses n'engagent que ceux qui les écoutent. »

Souvenez-vous des promesses non tenues par vos parents et dites-moi que vous n'avez jamais été déçu... Je n'y croirai pas !

Les promesses marketing alléchantes mais totalement inaccessibles pour le commun des mortels ne jouent pas en votre faveur.

Sur le court terme, elles peuvent en effet vous donner un taux de conversion prospect/client intéressant, et vous faire gagner beaucoup d'argent.

Sur le long terme, elles contribueront à vous construire une image de vendeur de rêve et vous obligerons à chercher une nouvelle niche à (sur)exploiter.

Bien sûr, le marketing c'est une histoire de promesse... N'oublions pas alors que celle-ci est aussi un objectif à atteindre.

Non seulement la promesse matérialise votre intention mais elle est aussi la pierre d'angle sur laquelle vous allez construire votre pédagogie, votre marketing et votre communication... le tout en alignement !

Obtenez un taux de suivi record de vos formations

Le taux de suivi moyen d'une formation en ligne est de : 15 %

Personne n'en parle. C'est pourtant **dra-ma-ti-que...**

Vous ne pouvez pas vous cacher derrière des arguments tels que :

- « Ce n'est pas à moi de motiver mes clients à suivre mes formations »
- « Il a payé, maintenant il fait comme il veut »
- « J'en ai marre des demandes de remboursements, je vais enlever la garantie... »
- « Une fois qu'ils ont acheté, je ne les recontacte plus ! »
- Etc.

L'objectif de diffuser vos formations sur le web est de pouvoir toucher un plus grand nombre de personnes, donc d'avoir plus d'impact.

Dans ce cas, vous avez besoin que vos clients aillent jusqu'au bout de vos programmes.

S'ils ne le font pas, c'est très certainement qu'ils constatent une différence entre ce qu'ils attendaient (valeur perçue) et ce qu'ils ont reçu, en échange de leur argent (valeur d'usage).

Ce chiffre montre à quel point le marketing « traditionnel » manque à son devoir.

Pourtant, certains rares infopreneurs obtiennent 85 % de suivi de leur formation et 95 % de satisfaction... sans un seul remboursement.

Comment détecter les FAUX-HUMANistes ?

Dans les mois et les années qui viennent, beaucoup de marketeurs se revendiqueront « HUMANistes ». Bien que nous serions heureux de voir se propager notre vision du marketing, il nous semble important de vous mettre en garde contre les mauvaises copies...

Les faux-HUMANistes :

- Ils vous parlent tout le temps d'argent, de chiffre d'affaires...
- Ils se concentrent sur le marché au lieu de partir de vous
- Pour eux, vos prospects sont juste des « leads » ou des « listes de mails »
- Ils ne sont là que pour vendre. Ils n'assurent pas le côté pédagogique.

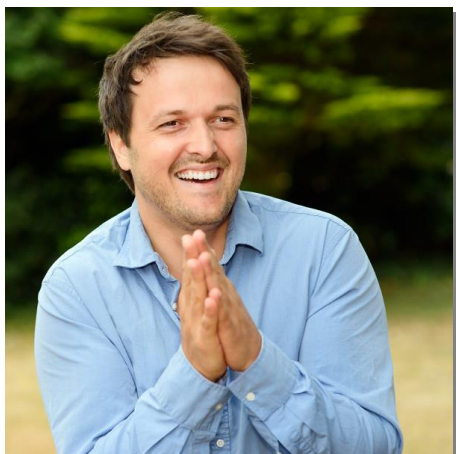
Nous utilisons des techniques particulières pour arriver à aligner notre client, avec ses propres clients, par un marketing tout en cohérence.

Ces techniques sont liées à « Qui nous sommes » et ne peuvent pas être utilisées par des personnes de types différentes des nôtres (Voir les 16 types du MBTI).

Pour faire le travail d'alignement, il faut avoir l'outil et la bonne personne pour utiliser l'outil ainsi que l'expérience et les connaissances requises.

Nous vous mettons en garde contre les messages frauduleux que vous recevrez dans quelque temps. Ils proviendront de marketeurs qui percevront la portée financière de notre style de marketing.

Romuald Lesage - Le Marketeur HUMANiste



Passionné de développement personnel et spirituel

Une facette de ma personnalité a trouvé son expression dans les livres innombrables de la bibliothèque municipale.

Je n'ai jamais lu de roman avant 18 ans.

Si je lisais, c'était pour savoir. Pas pour me distraire.

Ensuite, les romans que j'ai lu sont tous du genre « Héroïque Fantasy ». Sans magie, la littérature n'est pas drôle et trop prévisible.

Depuis l'âge de 14 ans, j'ai lu des centaines de livres de développement personnel, de spiritualité, d'ésotérisme ou de médecines douces.

« Cette culture générale est un atout formidable pour discuter à armes égales avec mes clients. »

Je suis une vieille âme qui a encore tant à apprendre et à transmettre. Aujourd'hui je l'accepte, profondément.

Quand j'ai reçu ma mission de vie, J'ai entendu « ... et tu recevras l'abondance. »

Aujourd'hui, je ne suis pas riche, c'est un choix. Mais je vis dans l'abondance. Je suis au contact des

experts les plus prestigieux en termes de développement personnel et de spiritualité. Certains transforment l'humanité partout dans le monde depuis déjà 20 ans.

J'ai une gratitude infinie pour ce qu'ils sont et pour être à leur côté.

Aujourd'hui, j'exprime un profond « Merci ! » pour tous les êtres lumineux qui contribuent à élever les consciences.

Un esprit cartésien

J'ai eu mon BAC avec mention.

Je suis rentré en Classe préparatoire aux grandes écoles.

Maths SUP et SPE on finit de former mon esprit cartésien et ont renforcé mon mental déjà bien affûté par ma passion pour l'informatique.

« Bien qu'ayant un esprit ouvert, je suis capable de rigueur et de méthode. »

La rigueur est essentielle pour l'amélioration continue des processus de vente. Sinon impossible, par exemple, de conduire les techniques d'achat de leads ou de split testing.

La méthode est fondamentale pour maîtriser les stratégies et les techniques les plus élaborées. Le marketing HUMANiste demande d'être plus fin et de moins matraquer les prospects.

Pourtant, il faut vendre pour faire vivre nos entreprises, élaborer les emplois de demain et jouer notre rôle dans le futur. La méthode et la rigueur sont des outils précieux.

Un HUMANiste depuis toujours

J'aimais trop la philosophie et les soirées débats pour pouvoir suffisamment étudier.

Je me suis fait virer de l'UTBM, une école d'ingénieur en informatique.

*« Mon diplôme de chef de projet logiciel en poche,
j'ai fini développeur web dans une start-up pendant
la bulle des DOT-COM. »*

Et j'ai démissionné.

Marre des écrans.

Je voulais de l'humain !

*« J'ai stoppé nette ma carrière en informatique
pour faire un apprentissage comme préparateur en
pharmacie ! »*

Je recommençais à BAC -2 !

Simplement car je ne connaissais rien aux sciences médicales mais j'avais soif d'apprendre !

Je me suis mis au service de la population pendant 11 ans. Je résolvais leurs problèmes.

*« J'en ai profité pour me former à la naturopathie,
les sciences sportives, l'herboristerie,
l'aromathérapie. Bref aux médecines douces. »*

J'ai monté une herboristerie à Bordeaux au sein de la pharmacie dans laquelle je travaillais.

Je faisais moi-même les médicaments à base de plante (suppositoires, gélules, tisanes...).

Je diagnostiquais, préparais les médicaments, et dispensais les conseils moi-même.

Cette expérience a été formidable.

« Ma première expérience d'entrepreneur ...au sein d'une autre entreprise ! »

Pendant mes dernières années en pharmacie, j'avais l'impression d'avoir fait le tour de mon poste. Mais aucune évolution n'était possible.

Il fallait, encore une fois, que je découvre un nouvel univers de connaissance.

« J'ai décidé de prendre des cours de management, de comptabilité, de finance, de stratégie d'entreprise. »

Je ne savais pas que ces cours allaient se révéler si précieux !

Un infopreneur avant tout

Quand j'ai vu l'offre d'une formation passer sur internet « 6000€ en 3h par jour comme complément de revenu », j'ai sauté sur l'occasion.

J'ai démissionné !

Attiré par l'argent facile, j'ai sauté... dans le vide.

J'avais une passion depuis toujours pour les chiffres et depuis peu pour l'immobilier. J'en ai fait une formation sur une nouvelle approche de la recherche de bien pour le locatif. Une méthode basée sur les statistiques.

Comme infopreneur, j'ai connu un certain succès avec ma formation en ligne.

Mais après 9 mois de galère, je me suis rendu compte que la promesse de la formation « 6000€ en 3h par jour comme complément de revenu » ne serait pas tenu pour moi, comme pour beaucoup d'autres.

« J'ai découvert à mes frais, après plus de 15.000€ dépensés en achats de leads, qu'il fallait que je cherche un autre chemin... »

Animateur de 5 MasterMinds d'infopreneurs

Vous avez peut-être déjà compris que je ne suis pas quelqu'un qui « lâche » facilement quand je suis passionné.

J'ai découvert que nous étions très nombreux à avoir les mêmes problèmes :

- isolement
- entrepreneur par défaut sans rien connaître au métier
- manque de recul
- besoin de feedback sur notre activité
- besoin de veille stratégique et technique

Pour trouver les solutions à nos problèmes, nous nous sommes réunis autour de masterminds hebdomadaires que j'anime.

C'est une réunion sur SKYPE avec 6 à 10 personnes toutes les semaines. Nous exposons nos problèmes trop complexes pour un seul homme et le cerveau collectif cherche une solution.

Le mastermind est un nous collectif beaucoup plus puissant que la simple réunion de cerveaux. C'est un soutien sans faille et souvent un groupe de copains voire d'amis.

Beaucoup auraient aussi abandonné sans lui.

Le mastermind change totalement la manière de travailler.

C'est une révolution de la résolution de problème.

Avant vous cherchiez une solution.

Après vous posez immédiatement la question au mastermind.

Et vous avez la réponse la plus adaptée en quelques minutes.

J'ai animé, depuis 2 ans, 5 masterminds d'infopreneurs.

Les deux plus anciens fonctionnent encore aujourd'hui. J'ai arrêté d'animer les autres par choix et par manque de temps.

« Pendant ces 2 ans, j'ai vu des centaines de pages de capture, de vente et des stratégies par dizaines ! »

Nous avons résolu de manière originale des centaines de problèmes d'infopreneurs (techniques, stratégiques, structurels...).

« Pendant que chacun participait au plus à un Mastermind, j'en animais cinq ! »

Je n'ai jamais cherché à être le leader de ce réseau de mastermind. Mais personne d'autre voulait s'en occuper gratuitement...

Un choix cornélien !

Une grande réunion d'infopreneur à Paris se profilant, j'ai dû choisir entre mes deux activités.

Je devais me présenter aux autres sous un SEUL profil.

J'ai choisi la voie qui vibrait le plus pour moi, celle du Marketeur HUMANiste. Pourtant, j'étais terrifié ! Je me suis demandé si c'était juste un rêve et si j'aurais des clients...

J'ai plein de demandes.

Ensuite, je me suis demandé si je réussirai à combler mes clients. Les aider gratuitement étaient facile... mais être payé me demandait d'être meilleur.

Enfin, je me suis rendu compte qu'il me fallait une équipe si je voulais aider le plus de monde possible. Je pourrais vivre en facturant 10h par semaine. Mais ça ne m'intéresse pas. Je veux contribuer au nouveau monde et

« Je choisis de travailler 5 fois plus au service de ceux qui changent le monde. »

J'ai eu beaucoup de mal à lâcher définitivement ma première activité.

« J'y avais consacré plus de 6000 heures en 2 ans. »

Un travail titanesque et une obligation aussi pour arriver au niveau voulu. Pendant que vous vous formez, Internet continue d'évoluer et vous devez sans cesse aller plus vite pour ne pas être obsolète malgré vos efforts.

« Les masterminds m'ont permis d'aller BEAUCOUP plus vite ! »

Une expérience mystique

J'ai décidé d'aller à Paris pour participer à un stage d'une de mes clientes.

Pour ressentir sa manière de faire. Pour vibrer avec elle.

C'est comme ça que je procède. Je m'imprègne puis j'écris.

Pendant ce stage de développement personnel, j'ai vécu une expérience mystique qui a changé ma vie à jamais.

C'est très intime. Je vous raconterai peut être un jour...

À la fin des 2 jours de stage, les gens étaient TOUS, littéralement **transformés**.

Je me suis dit : « Ma cliente change le monde »

Puis, je me suis demandé : « Et moi je fais quoi ? »

La réponse fut percutante et d'une sincérité naïve :

« J'aide mes clients à changer le monde »

Une mission de vie, reçue en méditant

Quelques jours après pendant une profonde méditation j'ai reçu de mon être supérieur la confirmation de ma mission de vie.

J'ai reçu distinctement en moi :

« Diffuse le savoir HUMANiste et tu vivras dans l'abondance. »

Je ne doute pas d'un instant que j'ai reçu ma mission de vie pendant cette méditation.

Vous connaissez peut-être ce sentiment de savoir que vous êtes en face de la vérité sans pouvoir la démontrer logiquement. Une certitude sans preuves apparentes.

C'était un de ces moment-là.

J'ai su intérieurement que je pouvais relever le défi.

Une typologie d'esprit particulière, un talent particulier

(Concepteur Utilitariste)

Nous sommes tous différents. Complètement différents.

Certains chercheurs ont pourtant cherché à nous regrouper en catégorie pour mieux appréhender les différentes typologies de personnalités. C'est par exemple le cas de Jung.

De ces recherches est né un test de personnalité très performant et très pertinent. Le MBTI.

En connaissant le profil de votre client, vous allez adapter son business à sa personnalité profonde.

Le MBTI est utilisé pour 40 % des recrutements aux USA.

Je suis INTP. Introverti, iNtuitif, penseur (Tête ou Think), et Perceptif.

C'est le type idéal pour les concepteurs, les architectes et les consultants.

« Mon talent inné est de concevoir des systèmes utiles au plus grand nombre »

Je conçois donc des systèmes sur-mesure pour vendre votre savoir HUMANiste. Et j'ai tous les talents nécessaires pour diffuser votre formation HUMANiste.

Le Marketeur Humaniste, en résumé :

- Une large culture en médecine douce, thérapie, développement personnel et spiritualité.
- La rigueur et la méthodologie du mathématicien.
- Des centaines de coachings donnés !
- Des centaines de pages vues !
- 15,000€ de leads achetés
- Animateur de 5 MasterMinds hebdomadaire d'infopreneur depuis 2 ans
- 6000h en 2 ans pour devenir le marketeur HUMANiste
- Mon talent inné est de concevoir des systèmes utiles au plus grand nombre
- Ma mission de vie est de diffuser le savoir HUMANiste

Thibault Demortier - Le Manager Bienveillant



Je m'appelle Thibault Demortier.

Je suis papa, beau-papa, mari et entrepreneur.

Une de mes spécialités est le **Management Bienveillant**. *Concept vital pour moi que je propage via le Podcast du Manager et mes différentes formations.*

Mon objectif est de **rendre le monde de l'entreprise plus humain, plus juste et plus efficace** en semant des graines de bienveillance, auprès de managers qui se chargeront de les planter.

« Pour moi, il devient urgent d'enfin réconcilier les mots « productivité » et « respect » de l'humain. »

Une des valeurs clés que je partage avec mon ami Romuald.

Avant de vous expliquer ce qui amène le **Manager Bienveillant à s'associer au Marketeur HUMANiste**, laissez- moi vous présenter quelques éléments qui m'ont aidé à me construire.

➤ J'ai travaillé une dizaine d'années dans une entreprise privée.

D'abord en tant qu'apprenti en gestion, puis magasinier, assistant commercial, pour ensuite évoluer en tant que manager à différents degrés de responsabilité. J'ai donc **encadré des équipes** pendant près de 6 ans et toujours dans la même entreprise.

J'ai connu une belle évolution au sein d'un système pyramidal qui ne m'a jamais convenu mais qui me rassurait. *Après tout, je ne connaissais que ça...*

Tout au long de mon parcours dans le privé, je n'ai jamais recherché à obtenir de promotions. Mais ma curiosité, mes idées novatrices et mon goût du travail bien fait m'ont permis de les attirer à moi.

Ma passion pour la prise en main de nouveaux projets m'a toujours poussé à accepter.

« Je n'ai jamais fait de plan de carrière, contrairement à beaucoup de mes collègues. Et je ne le regrette pas ! »

Dans cette entreprise, j'ai grandi et progressé au milieu de personnes que j'ai, par la suite, managé.

J'étais le plus jeune de tous et totalement inexpérimenté en la matière. Ce n'était pas la plus facile des positions mais c'était la mienne.

Très vite, j'ai pris des coups (très durs parfois) et j'ai essuyé quelques tempêtes (qui m'ont bien remué) mais j'ai tenu la barre en toute circonstance, relevant la tête à chaque déferlante.

J'ai aussi vécu de grandes réussites et gagné de nombreuses batailles, **en équipe**. J'ai travaillé avec de **belles personnes** qui m'ont enrichi et m'ont permis de me révéler.

Avec le temps, j'ai développé **un style de management** respectueux de mes **valeurs**, qui me correspondait vraiment (un peu à contre- courant).

Ni trop dur, ni trop souple.

Juste et équitable.

« Un management au plus proche des membres de mon équipe. Un management à l'écoute, où la porte est (presque) toujours ouverte. Tantôt coach, tantôt formateur, pour permettre à chacun d'être autonome et surtout de se passer de moi.

C'est une des bases du Management Bienveillant ! »

Seule ombre au tableau : la stratégie de l'entreprise et le peu de soin apporté à « la masse salariale ».

En plus d'une irrépressible envie d'entreprendre...

➤ J'ai donc pris la décision de partir...

Pour construire mon propre navire !

Je n'ai pas souffert de cette période en entreprise en tant que salarié, elle m'a énormément apporté. Et je n'ai pas pour habitude de cracher dans la soupe, même si son goût est amer...

J'en retire des leçons puissantes et une envie folle d'**apporter ma pierre à l'édifice**.

Ce « navire » j'aurais très bien pu le construire seul, comme l'a fait mon père avant moi. Je suis admiratif de lui pour ça et j'ai toujours voulu lui prouver que moi aussi j'en serais capable.

J'ai d'ailleurs tenté l'aventure de l'auto-entreprenariat (micro-entreprise aujourd'hui).

Mon père m'a enseigné un précepte qui m'a suivi et que j'ai appliqué, **jusqu'à ces derniers mois**.

Quand j'étais petit, il me disait souvent qu'il n'avait besoin de personne.

Une phrase égocentrique à souhait que j'ai très vite interprétée :

« *Thibault, tu n'as besoin de personne* »

Mon expérience dans le management m'a vite montrée que ce n'est pas vrai, *du moins dans une structure comme l'entreprise traditionnelle.*

Alors en tant qu'entrepreneur, je me disais que cette fois je pourrais sûrement appliquer cette (fausse) croyance. *Comme lui...*

J'ai donc navigué seul, dans le domaine de l'infoprenariat et du blogging, pendant près d'un an et demi. Et *vous vous en doutez... sans obtenir de véritables résultats.*

Je ne comprenais pas pourquoi cela ne fonctionnait pas pour moi alors que mon père en avait été capable !

Jusqu'à me réveiller de ce rêve absurde !

« *J'ai compris que j'avais besoin de sortir de mon isolement.* »

Pas pour réussir.

Mais avant tout pour **sortir de ce schéma qui m'éloignait de la richesse de l'humain, dans toute sa splendeur.**

Je me suis mis à communiquer massivement sur les réseaux sociaux.

Pas pour mon business.

Mais avant tout pour **créer du lien.**

« J'ai découvert de belles personnes, devenues pour certaines, des amis. »

Puis je suis sorti de mon bureau pour les rencontrer en chair et en os.

J'ai assisté à mon premier BCC (Business Club Café) à Bordeaux, où j'ai fait la connaissance de quelques infopreneurs.

C'est à cette occasion que j'ai rencontré Romuald.

« Quelque chose en lui m'a tout de suite inspiré le respect. Sa vision HUMANiste et son alignement, je pense. »

Et quelque chose chez moi lui a inspiré l'envie de me proposer d'intégrer (gratuitement) un de ces masterminds.

Son ouverture et sa générosité m'ont touché et m'ont permis de progresser très vite dans beaucoup de domaines.

Cette opportunité a TOUT transformé dans les mois qui ont suivis.

J'ai donné **un coup de boost à mon activité...**

J'ai lancé mon propre BCC sur Nantes et **développé mon réseau...**

Mon développement personnel est passé à un tout autre niveau...

Lors de ces rendez-vous hebdomadaires, nous avons entre autre l'occasion d'échanger sur les problèmes que nous rencontrons dans nos activités respectives.

Chacun propose son éclairage.

Nous discutons aussi beaucoup de ce qui se passe dans le milieu des infopreneurs et de l'évolution du monde de l'entreprise.

Romuald et moi partageons la même vision HUMANiste du marketing et de l'entreprise bienveillante.

« Nous sommes parfaitement alignés. »

C'est donc tout naturellement que nous avons décidé de travailler ensemble et de nous associer, pour aller beaucoup plus loin.

- Romuald est un concepteur hors pair, capable d'absorber une masse d'information impressionnante, de la retranscrire en stratégie globale, puis en plan d'action.

C'est un don qu'il met au service des autres.

- De mon côté, j'apporte mon expérience de l'entreprise, des organisations humaines et du marketing pour implémenter cette stratégie pour nos clients.

Nous nous associons dans un même but :

Aider des auteurs, conférenciers et infopreneurs à diffuser leurs savoirs HUMANistes.

Mais pas de n'importe quelle façon :

En proposant un marketing bienveillant et HUMANiste. Implémenté par une équipe alignée avec ces valeurs.

Nous pensons qu'il est primordial que **le marketing de nos clients leur ressemble à 100%**.

Nous pensons aussi que leur stratégie doit être adaptée à **qui ils sont**, et non simplement « au marché ».

Notre objectif est d'être en capacité d'aider le plus d'HUMANistes possible à transmettre leurs savoirs, en construisant une organisation humaine efficace et bienveillante.