



Christian Scherrer

**VIVRE DE SES PHOTOS**

Photacademy

Démarrer votre activité :

**FAITES LES  
BONS CHOIX**

---

# FAITES LES BON CHOIX...

## ET ÉVITEZ LES ERREURS QUE FONT 80% DES AMATEURS QUI SE LANCENT

Choisir de démarrer une activité de photographe professionnel peut être une décision difficile à prendre.

J'ai décidé de devenir photographe professionnel peu après ma découverte du milieu du travail salarié.

Lorsque j'ai obtenu mon diplôme d'études secondaires, mes parents m'ont demandé ce que je voulais faire dans la vie. Ma réponse ?

Je voulais être photographe.

Depuis l'âge de 12 ans, la photo me passionnait.

La réponse de mes parents : « C'est très bien que tu aimes la photo, mais nous pensons que tu as besoin d'apprendre un vrai métier »... J'ai été très déçu !

Ils avaient des ambitions pour moi : Ils me voyaient ingénieur civil.

C'est ainsi que j'ai poursuivi quelques années d'études dans cette voie jusqu'à ce que j'ai voulu prendre un raccourci : je suis rentré dans un bureau d'étude à l'âge de 18 ans tout en suivant des cours du soir.

Cela ne me passionnait vraiment pas.

L'emploi que j'avais était synonyme de stabilité, bon salaire, assurances et heures de travail garanties. Ce dont rêvait la plupart des gens, mais pas moi.

Me rendre chaque jour au bureau pour subir les ordres d'un chef de bureau que je ne pouvais pas sentir et me retrouver avec des collègues qui me piquaient mes idées. Je réalisais que je ne supporterais pas longtemps ce mode de vie.

Je ne supportais plus de devoir contenir ma créativité et devoir vivre la lourdeur de la vie d'employé.

J'étais fait pour être libre professionnellement, mais aussi pour laisser s'exprimer ma créativité.

Avant de me marier dans les années 70, j'avais contacté plusieurs photographes pour faire le choix de celui qui pourrait faire le reportage de mon mariage. C'est alors que j'ai compris que la plupart d'entre eux faisaient appel à des photographes, souvent amateurs, pour couvrir les différents reportages qu'ils avaient le même jour.

L'idée m'est alors venue de les contacter et de leur proposer mes services. Et cela a tout de suite marché.

Chaque semaine, ces photographes m'appelaient pour que je fasse pour eux les samedis, des reportages de mariages.

Le travail était confortablement payé et je me disais que je pourrais peut-être faire comme eux : créer ma propre affaire de photo et vivre de ma passion.

Plus de chef pour me donner des ordres, plus de stress, plus d'embouteillages pour aller au travail, plus d'attente du prochain week-end. J'allais goûter la liberté de travailler dans un domaine qui me passionnait.

Cette idée me faisait rêver mais je ne voyais pas comment j'allais faire pour trouver mes clients et j'hésitais à faire le grand saut.

J'ai alors observé le système qu'utilisaient les photographes pour qui je travaillais. Ce système leur permettait de trouver des clients d'une façon très simple et j'ai alors réalisé que mon rêve pouvait devenir réalité. Et c'est à ce moment que j'ai compris que si je ne me lançais pas tout de suite, je me le ferais jamais.

J'ai donc décidé que ma nouvelle vie allait commencer :

**ma vie de photographe professionnel.**

Je n'ai pas mis longtemps pour prendre ma décision. J'assumais de quitter un emploi sans m'inquiéter de la tournure que prendrait ma nouvelle activité de photographe professionnel. Je me lançais dans le vide en espérant atterrir sur mes pieds.

## **LANCEZ-VOUS MAINTENANT !**

N'avez-vous jamais rencontré ce problème ?

Vous voulez faire quelque chose, ou vous désirez le faire mais vous remettez à plus tard, sans raison véritable ou avec des justifications qui, au fond, ne sont que des excuses.

Vous vous rendez compte qu'en ne le faisant pas vous passez à côté d'une opportunité qui risque de ne pas se reproduire et vous vous dites que vous allez le faire maintenant mais... vous continuez à remettre au lendemain.

Quelque temps après, vous vous retrouvez dans la même situation et vous vous en voulez de ne pas avoir agi et vous vous dites que la prochaine fois, vous vous y prendrez plus tôt, que vous ne recommencerez pas pareille erreur.

Ce processus s'appelle la **PROCRASTINATION**

Procrastiner, d'après le Robert, signifie :

Tendance à remettre au lendemain des décisions à prendre, ou leur exécution, à ajourner, à temporiser.

La procrastination est une des plus grandes entraves au succès. On peut procrastiner une tâche, un projet, mais on peut aussi procrastiner le bonheur ou la vie.

Ne connaissez-vous pas ces pensées du genre :

« Maintenant c'est un peu difficile, mais dans quelques mois... dans quelques années... lorsque..., cela ira mieux !

Et les mois et les années passent, et la vie rêvée est repoussée à plus tard.

Au bout du chemin, il y a pourtant une conclusion : on a enterré ses rêves, ses projets !

Si nous procrastinons trop notre réussite, si nous nous donnons sans arrêt des excuses pour remettre à plus tard la pleine réalisation de notre potentiel, nous risquons fort de gâcher notre vie.

Procrastiner est une habitude, et une habitude peut être changée. Alors lancez-vous tout de suite !



## **LANCEZ-VOUS MAINTENANT !**

Une des principales raisons de procrastiner la création de son activité de photographe professionnel, est la peur de perdre sa sécurité. La peur est mauvaise conseillère. Commencez donc sans quitter votre sécurité actuelle.

Il vous est tout à fait possible de cumuler votre emploi et une activité indépendante, le statut d'auto-entrepreneur est la solution la plus simple pour lancer votre entreprise de photographie sans prendre de risque.

Vous n'êtes pas obligé de quitter votre emploi actuel et vous ne payez des charges que si vous faites un chiffre d'affaire. Cela vous permet donc de concilier votre temps entre votre emploi et votre activité de photographe que vous pratiquerez par exemple le week-end si vous faites des photos de mariage.

Cela vous permet aussi de vous rendre compte du métier, des possibilités qu'il vous offre et des revenus que vous allez pouvoir envisager.

Ça vous permettra également de perfectionner votre technique et d'expérimenter plusieurs domaines de la photographie et ainsi découvrir ceux avec lesquels vous êtes le plus en affinité.

Le statut d'auto-entrepreneur est ouvert aux demandeurs d'emplois, aux retraités, aux étudiants, salariés, fonctionnaires ou encore aux dirigeants d'entreprises et personnels assimilés salariés.

Si vous ne voulez pas prendre de risque, souvenez-vous de ce conseil : **ne quittez pas votre travail.**

D'accord, cela voudra dire des soirées consacrées à votre nouvelle activité au lieu de regarder la télévision. Des week-ends aussi. Mais cela n'en vaut-il pas la peine ?

## **COMMENT CHOISIR UN NOM POUR VOTRE ENTREPRISE QUI INSPIRE CONFIANCE**

Votre première publicité, c'est votre nom. Le nom de votre entreprise est l'une des premières choses que vos clients verront. C'est un choix important car ce nom va leur permettre de se faire une première idée de vous.

Il faudra donc que vous choisissiez un nom qui à lui seul fera comprendre aux gens votre vision et vos valeurs d'entreprise.

La première chose à vous demander est si vous souhaitez travailler sous votre propre nom ou sous un nom d'entreprise.

Pour un photographe indépendant, donner son propre nom à son entreprise peut être un bon choix. On vous identifie immédiatement en tant qu'individu et non pas comme une entreprise avec des interlocuteurs anonymes.

Les personnes que vous rencontrez savent que vous êtes le propriétaire de l'entreprise. Il est rassurant pour les clients de savoir à qui ils ont affaire.

Pour vous démarquer vous devez être unique. Des mots comme « passion, objectif, sourire etc. » sont des mots qui sont déjà utilisés par des centaines de photographes.

Trouver un nom prend du temps. Cela ne se fait pas en quelques heures. Ne vous pressez pas !

Ce choix est important car vous allez vivre avec ce nom tout au long de l'existence de votre activité et il ne sera pas question de le changer en cours de route.

### **Comment savoir si vous avez fait le bon choix ?**

- Le nom de votre entreprises doit être facile à retenir. Mieux vaut qu'il soit court et efficace plutôt que long et compliqué.
- Il ne doit pas ressembler aux noms de photographes concurrents. Le but est de vous différencier et non qu'on puisse vous confondre. Vous devrez être unique, pas la copie d'un autre.
- Il doit être légalement disponible. Quelques recherches auprès d'un organisme tel que l'INPI (en France) vous permettra d'éviter de choisir un nom qui serait enregistré et donc pas disponible.

Si votre propre nom est très répandu, l'utiliser pour votre activité de photographe n'est peut-être pas la meilleure idée.

Vous risquez de moins vous démarquer ou que l'on vous confonde avec une autre entreprise.

Vos clients pourront avoir aussi des difficultés à vous trouver dans les annuaires ou sur internet.

Pour sortir du lot, votre nom doit en sortir aussi.

Si votre propre nom est trop commun pour que vous puissiez l'utiliser, la solution est de choisir un nom d'entreprise.

Cela peut avoir pour avantage de vous donner la possibilité d'engager plus tard un ou plusieurs photographes qui réaliseront certaines prises de vues à votre place.

Cela facilitera aussi la vente de votre entreprise à un autre photographe si vous décidez plus tard de la céder.

Si vous n'utilisez pas votre propre nom, cela peut avoir pour inconvénient que vos clients ne savent pas que vous en êtes le propriétaire. Cela peut engendrer une certaine méfiance car un client estime que le propriétaire d'une entreprise de photographie est plus qualifié que s'il a affaire à un employé.

Si vous choisissez quand même de créer un nom d'entreprise, évitez de retenir les premiers mots qui vous viennent à l'esprit.

## LA FORME JURIDIQUE LA MEILLEURE

Là, je vais avoir des difficultés à vous conseiller car il y a des personnes qui suivent mes conseils depuis la Suisse, la France, la Belgique, le Canada et encore d'autres pays francophones. Et chaque pays à ses règles.

Il est donc préférable de vous renseigner et de faire appel à quelqu'un de compétent dans ce domaine.

Si vous êtes en France, le statut le plus simple pour démarrer votre activité, comme nous l'avons vu plus haut, est le statut d'auto-entrepreneur.

J'ai créé une formation qui vous prend par la main et vous accompagne pas à pas dans l'enregistrement de votre activité de photographe professionnel. Cliquez sur ce bouton pour y accéder :

[ACCÈS À LA FORMATION](#)

Vous pouvez bénéficier d'une réduction de 70 € sur cette formation avec le code **8RKYDWV6**

## CIBLER VOTRE CLIENTÈLE

Comme tous les services, vous pouvez choisir de les rendre abordables à une certaine catégorie de clientèle ou les choisir plus coûteux et par conséquent accessibles à des clients plus aisés. Vous pouvez viser une clientèle d'entrée de gamme, de moyenne gamme ou de haut de gamme. Mais peu importe, vous devrez garder en tête que votre travail doit rester rentable. Le service offert ne sera bien sûr pas le même que vous vous adressiez à l'une ou l'autre catégorie.

Définir vos services en fonction de la clientèle à laquelle vous voulez vous adresser demande de bien connaître le profil des personnes visées afin de répondre au mieux à leurs besoins. Cela vous permet de proposer des prestations adaptées mais aussi de développer des offres qui vous assurent une rentabilité.

Connaître votre cible de clientèle, c'est savoir approximativement quel est leur revenu annuel, leur catégorie socio-professionnelle. Quel est leur mode de vie etc. Mieux vous connaîtrez vos clients, mieux il vous sera possible de créer des offres qui correspondent à leurs besoins et qu'ils apprécieront.

Ne cherchez pas de plaire à tout le monde !  
C'est la meilleure façon de ne plaire à personne.

Restez attentifs à ce que vos clients apprécient chez vous. Cela vous permettra de mettre l'accent sur ces points forts et les améliorer.

## **DÉFINISSEZ LES VALEURS DE VOTRE ENTREPRISE**

Ne vous est-il jamais arrivé de rentrer dans un magasin et de ne pas vous y sentir à votre place ? Tandis que dans un autre, vous vous êtes senti tout de suite à l'aise ? Cela s'explique par les valeurs qu'ils véhiculent.

Définir les valeurs de votre entreprise est la meilleure façon de lui donner une personnalité, un image. C'est de cette façon que vos clients vous identifieront, c'est vous qu'ils auront en tête s'ils ont besoin d'une prestation photo.

Les valeurs de votre entreprise sont des caractéristiques qui vont influencer votre façon de travailler, le service que vous proposez et la façon dont vous allez approchez vos clients.

### **Quelles valeurs aimeriez-vous que votre entreprise de photographie dégagent ?**

Classique, abordable, luxueux, jeune...

Choisissez vos propres valeurs. Il existe autant de valeurs d'entreprise que d'adjectifs pour les caractériser. Optez pour celles qui vous ressemblent. celles qui ressemblent le plus à ce que vous voulez dégager et que vous voulez partager avec vos clients.

# CONCEVOIR UN BRANDING EFFICACE

L'image de votre entreprise va être visible à travers les supports de communication que vous utiliserez.

C'est ce qu'on appelle le « branding ».

C'est ce qui va constituer l'identité visuelle de votre entreprise.

Il y a bien sûr votre site web qui va permettre à vos clients de vous découvrir et de découvrir votre travail. Il y a aussi vos cartes de visite, vos listes de prix qui présentent vos services, votre papier entête, votre logo.

Tous ces visuels doivent être cohérents. Ensemble ils doivent former un tout harmonieux. Vous ne pouvez pas utiliser une typographie différente pour chacun de vos supports de communication.

Très souvent je vois des photographes qui n'accordent aucun intérêt à leur site web et à leurs cartes de visite. C'est une erreur.

Votre carte de visite et votre site web sont les seuls moyens qu'à votre éventuel futur client de se faire une idée de vous. Si votre site et votre carte de visite sont « bricolés », ils inspireront la méfiance.

Créer un logo est un travail de spécialiste. Chaque symbole exprime quelque chose, et l'inconscient collectif en perçoit la signification cachée. Faites donc attention à ce que vous faites.

Votre logo mérite bien un investissement . Vous n'êtes pas obligé d'en avoir un tout de suite, mais il vous « collera à la peau » tout comme le nom de votre entreprise et il sera difficile d'en changer plus tard.

Si vous avez quelques notions de graphisme, faites votre logo vous-même, mais faites réaliser le logo définitif par un graphiste professionnel.

Confiez-lui aussi la création de tous vos supports de communication : carte de visite, dépliants présentant vos services, site web, listes de prix, etc.

## **CRÉER VOTRE BOOK EN LIGNE ET IMPRIMÉ**

La première impression que l'on a d'un photographe c'est lorsqu'on voit son portfolio. Débuter une activité de photographie nécessite que vous puissiez présenter votre travail. Votre book est un élément que vous devez absolument ajouter à votre branding.

Il y a des photographes talentueux qui n'arrivent pas à se démarquer par manque de branding professionnel, alors que d'autres moins talentueux se démarquent grâce à un branding et une stratégie marketing bien pensés.

Les clients éventuels font le choix d'un photographe qu'ils désirent engager en consultant son site web. Souvent à la suite d'une recherche sur un moteur de recherche. Le book en ligne du photographe se trouve habituellement sur son site web officiel.

Ne pas avoir de book en ligne, ni de site web pourrait laisser penser que vous êtes un photographe amateur ou débutant.

Un book doit représenter votre travail. Le client qui le voit doit être capable de distinguer le genre de photos que vous faites et avoir une idée de votre style.

Il est peut être intéressant que vous sélectionniez les photos qui s'y trouve pour que votre travail se distingue de celui de vos concurrents.

Que ce soit par la façon de traiter la lumière, la composition etc. Chaque photographe a un style. Si vous voulez que l'on vous reconnaisse comme spécialiste de la photo de mariage, par exemple, résistez à la tentation de mettre dans votre book des photos de paysages que vous avez prises lors de votre dernier voyage !

Lorsqu'un client regarde votre book, il est important qu'il garde de l'intérêt pour vos images tout le temps qu'il consulte votre portfolio.

L'erreur serait de mettre une série de photos provenant d'une même séance de prise de vues. Aussi il vaut mieux que vous mettiez dans votre book une bonne photo de chaque séance plutôt que cinq réalisées d'un même contrat.

Pensez à présenter quelques images de qualité plutôt qu'une quantité d'images moyennes.

## **PRÉSENTEZ VOS PROPRES PHOTOS !**

Cela semble évident, mais il y a des photographes qui débutent, qui n'ont pas encore de photos à présenter et qui « empruntent » des photographies de professionnels sur le web pour montrer le style qu'ils prétendent pouvoir réaliser. Ils ne précisent pas qu'il ne sont pas les auteurs des photos. Cela constitue tout simplement un vol, une violation des droits d'auteur.

Ce n'est pas une bonne façon de démarrer une activité de photographe professionnel. Ce serait de l'inconscience de croire que personne ne découvrira la supercherie et vous auriez vite fait de vous faire une très mauvaise réputation.

Attention ! Même si vous êtes l'auteur des images, cela ne vous donne pas le droit de les mettre dans votre book sans l'accord des personnes qui apparaissent sur les photographies. Le droit à l'image et donc le respect des personnes photographiées prédomine.

Il vous faudra systématiquement obtenir une autorisation écrite des personnes concernées avant de les utiliser pour promouvoir votre travail.

## COMMENT GAGNER EFFECTIVEMENT DE L'ARGENT ?

Il y a une grande différence entre générer un chiffre d'affaires et un salaire. Beaucoup de photographes qui débutent pensent que le simple fait d'avoir un bon chiffre d'affaires va leur garantir de pouvoir vivre confortablement de leur activité. Rien n'est plus faux! Un salaire vous permet de couvrir vos dépenses personnelles alors que le chiffre d'affaires permet de couvrir les dépenses de votre entreprise (dont votre salaire fait partie !)

Beaucoup de photographes vivent de l'argent qu'il reste après avoir payé toutes les charges de leur entreprise. Vous ne pouvez pas de cette façon compter sur un salaire stable car il dépendra constamment de votre chiffre d'affaires et de vos charges. Il ne sera pas possible que vous planifiez de cette façon une activité rentable. Il vous sera aussi impossible d'établir une liste de tarifs.

Etablir une liste de tarifs ne se crée pas en copiant celle de vos concurrents mais plutôt en considérant votre service, les prestations que vous offrez et votre approche. Il peut être intéressant de connaître les tarifs de vos concurrents mais seulement pour définir votre offre et de la distinguer des autres photographes de votre secteur.

Qu'est-ce qui fera que vos tarifs seront différents de ceux de vos confrères ? Qu'est-ce qui justifiera que vos clients seront prêts à payer le prix que vous leur annoncerez ?

Être photographe professionnel engendre des dépenses. Même s'il n'est pas nécessaire de vous équiper d'un matériel haut de gamme et d'être propriétaire de votre studio, ne négligez pas pour autant vos dépenses.

Le revenu que vous allez percevoir de vos prestations doit être supérieur à vos dépenses annuelles, professionnelles et personnelles, bien évidemment. Simple logique si vous voulez vivre de votre passion.

Comme vous pouvez le voir, vous ne pouvez pas développer votre activité en comptant seulement sur votre créativité. En tant qu'indépendant vous devrez vous familiariser avec l'entrepreneuriat. Créer son entreprise ne s'improvise pas. Réfléchissez à tous les éléments que je vous ai présentés, ouvrez vos yeux et regardez comment les autres ont fait avant vous. Et...

**FONCEZ !**