

MAGAZINE D'INSPIRATION ENTREPRENEURIALE

EXCLUSIF

8^e

ÉDITION
SEPT
2026

GRATUIT

Prenez-en une copie!

À la UNE
**Luc
Poirier**
ENTREPRENEUR

Le Top 10
des erreurs
à éviter

EN AFFAIRES

Le Succès
Inspire

ISSN 2818-7466



9 772818 746005

Visitez

www.africremit.ca

PLUS D'ÉCONOMIES
ZÉRO FRAIS,
PLUS D'IMPACT.

TRANSFERT
D'ARGENT
VERS L'AFRIQUE
DU CANADA,
USA & UE

Des transactions rapides et
sécurisées
👉 Une solution pensée pour
la diaspora et ses proches

Envoyez avec @fric remit
et accumulez les points
de fidélité

DÉCOUVREZ L'APPLI SUR



Le Succès Inspire est un écosystème d'influence économique qui met en lumière les entreprises, leaders et organisations qui contribuent activement au développement économique du Québec. Distribué gratuitement, il bénéficie d'une large diffusion ciblée et d'une forte crédibilité éditoriale.

Audience & Diffusion

- Entrepreneurs & dirigeants de PME
- Startups & investisseurs
- Professionnels, cadres et porteurs de projets

Formats:

Magazine papier, PDF digital, site web et réseaux sociaux.

Dépôt légal

ISBN: 2818-7466

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

Éditeur:

Franck Kouame

Rédacteur en Chef:

Hamadou Ouedraogo

Révision et Publicité:

Karell Blais
Angélique Pharand-Gilbert

Chroniqueurs:

Caroline Roy
Me Anne Edma Louis
Anne-Solène Rioult
Harry Félix
Annie Carbonneau
Mathieu Alarie

Contributeurs:

Claude Robitaille
Sébastien Antoine

Le Succès Inspire est publié par Groupe OBV Inc.
Tel: 514 665 8388
contact@groupeobv.com

Place Ste-Anne

489 Blvd Ste-Anne,
Joliette, QC, J6E5A3
Bureau 210

Distribution:

Métro City Expansion

>> Sommaire

Le Succès Inspire, le média d'affaires qui transforme l'inspiration en plan d'action concret.

- À la fin de chaque article, recevez: "Plan d'Action 30 jours" (Bientôt)
- Chaque article a un niveau de lecture stratégique (le rond **vert** pour les Start-ups, le **jaune** pour les entreprises en croissance et le **violet** pour celles en structuration avancée)



Vision & Influence

Édito stratégique, entrevues de leaders, analyses macro (économie, marché et tendances).



8^e

ÉDITION
SEPT
2026

Autorité & Image

Branding, positionnement, influence linkedIn, communication stratégique, relations publiques.

Structuration & Croissance

Systèmes d'entreprises, scaling, productivité, IA, automatisation, stratégie financière.



Finance & Performance

Optimisation fiscale, investissement, protection, gestion du risque.

Opportunités & Connexions

Opportunités du trimestre, entreprises à connecter, appels à collaboration, expansion internationale.

Le Succès
Inspire



Humain & Leadership

Leadership, santé entrepreneuriale, mindset, résilience.



« POUR LES 10 PROCHAINES ANNÉES AU QUÉBEC, SELON MOI, CEUX QUI CONTRÔLENT LE TERRAIN, L'ÉNERGIE ET LES DONNÉES VONT GAGNER. »

Plus de 30 ans d'expérience, une multitude de secteurs traversés et une conviction forte : le succès ne se construit ni dans les apparences ni dans la précipitation, mais dans la vision, la discipline et la capacité à bâtir sur des bases solides.

LUC POIRIER — UN PARCOURS BÂTI SUR LA VISION ET L'ACTION

Luc Poirier cumule aujourd'hui plus de 30 années d'expérience dans la recherche, l'élaboration, la structuration, la mise en œuvre, le financement et la réalisation de nombreux projets.

Son parcours entrepreneurial se distingue d'abord par sa diversité. Au fil des années, il a développé une expertise dans des domaines aussi variés que l'immobilier, le développement résidentiel et commercial, la construction, le transport actif et collectif, l'informatique, les entreprises de services et manufacturières, l'import-export, la restauration et le divertissement.

Cette expérience multisectorielle lui a permis de développer une compréhension globale du monde des affaires et des différentes étapes nécessaires à la réalisation d'un projet. Son profil repose sur plusieurs dimensions complémentaires:

- Visionnaire
- Concepteur
- Gestionnaire
- Entrepreneur

Dans l'univers entrepreneurial, les réussites visibles racontent rarement toute l'histoire.



Dans un monde économique où la réussite est souvent mesurée à travers les signes extérieurs de richesse, Luc Poirier propose une lecture radicalement différente du succès.

Derrière une entreprise florissante, un investissement réussi ou un projet qui prend forme se trouvent généralement des années de décisions, de négociations, de risques calculés, d'apprentissages et parfois d'erreurs.

À l'ère des histoires de succès instantanées, des entreprises qui semblent naître du jour au lendemain et des réseaux sociaux qui donnent parfois l'impression que tout peut être accompli rapidement, son parcours rappelle une réalité beaucoup moins spectaculaire, mais beaucoup plus durable : les grandes constructions prennent du temps.

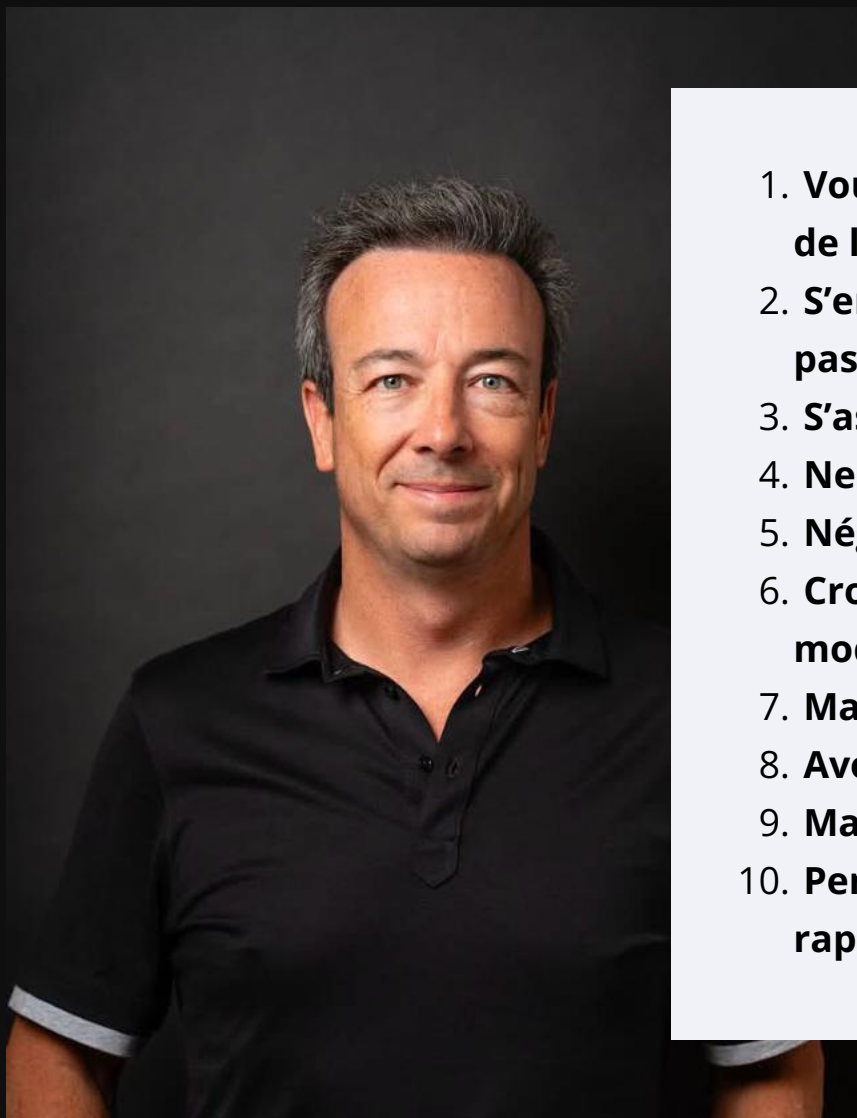
Plus de 30 années d'expérience ne s'improvisent pas. Elles se bâtissent projet après projet, décision après décision.

LUC POIRIER NE PARLE DONC PAS SEULEMENT DU SUCCÈS. IL PARLE DE CE QUI PERMET DE LE CONSTRUIRE.

Aujourd'hui, lorsqu'il observe les entrepreneurs et les décisions qui peuvent influencer leur trajectoire, il identifie 10 erreurs qu'il voit trop souvent.



Les 10 erreurs que Luc Poirier voit trop souvent



1. **Vouloir paraître riche avant de l'être**
2. **S'endetter pour le lifestyle, pas pour l'actif**
3. **S'associer par émotion**
4. **Ne pas lire les contrats**
5. **Négliger le cash flow**
6. **Croire les subventions comme modèle d'affaires**
7. **Manquer de vision long terme**
8. **Avoir peur de négocier**
9. **Mal s'entourer**
10. **Penser que le succès est rapide**

REGARDER AU-DELÀ DES DIX PROCHAINES ANNÉES

Ces dix erreurs permettent de comprendre une partie de la philosophie entrepreneuriale de Luc Poirier.

À travers ses dix erreurs, Luc Poirier livre finalement une réflexion qui dépasse les simples conseils pratiques. Il rappelle que l'entrepreneuriat ne se résume pas à afficher une réussite. Il s'agit de construire des actifs, de comprendre ses finances, de savoir négocier, de choisir les bonnes personnes, de lire ce que l'on signe et de conserver une vision suffisamment longue pour ne pas sacrifier l'avenir au présent. Et surtout, de comprendre que le succès ne se mesure pas uniquement à ce qui est visible.

Mais son regard ne s'arrête pas aux erreurs du présent. Il se projette également vers l'avenir. Lorsqu'il réfléchit aux dix prochaines années au Québec, il identifie trois ressources qu'il considère comme particulièrement stratégiques :

« POUR LES 10 PROCHAINES ANNÉES AU QUÉBEC, SELON MOI, CEUX QUI CONTRÔLENT LE TERRAIN, L'ÉNERGIE ET LES DONNÉES VONT GAGNER. »

Le terrain. L'énergie. Les données.

Trois éléments qui pourraient jouer un rôle déterminant dans les prochaines transformations économiques.



DONNÉES & DÉCLICS

PROPULSÉE PAR

Léger

Découvrez l'essentiel des tendances, des insights et des données stratégiques qui façonnent le marché d'aujourd'hui.

Grâce à notre collaboration avec Léger, leader canadien en recherche et analyse, cette nouvelle rubrique vous offre une information fiable, éclairante et directement applicable à vos décisions d'affaires.

Chaque donnée est un déclic.

Bienvenue dans une nouvelle façon de comprendre... pour mieux avancer.



**Gabriel
Ste-Marie**

Député de Joliette-Manawan

450 752-1940
gabrielstemarkie.quebec





Le pouvoir de savoir : l'intelligence des données

Une chronique présentée par Léger — www.leger360.com

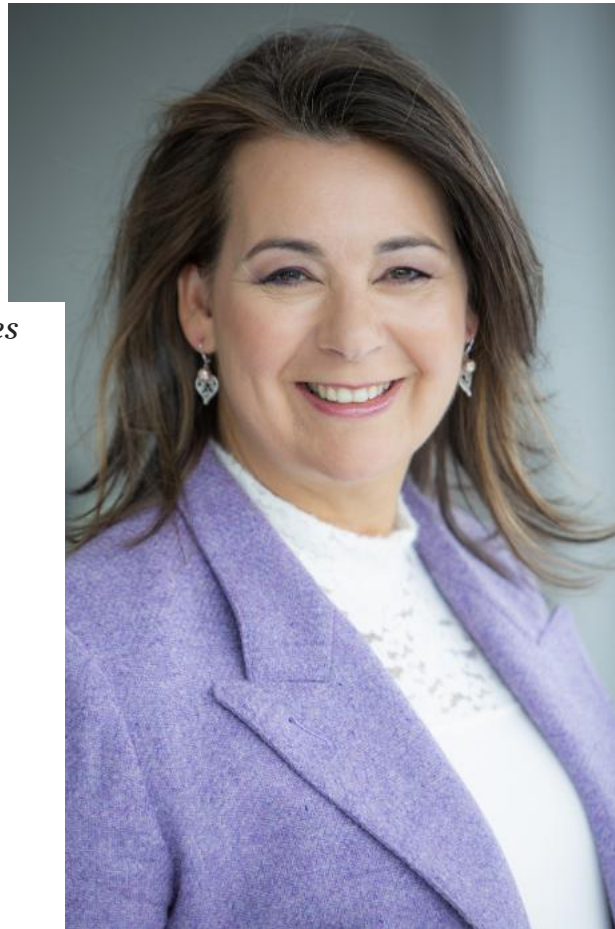
RÉUSSIR, C'EST D'ABORD COMPRENDRE.

ET DERRIÈRE CHAQUE DÉCISION ÉCLAIRÉE, IL Y A
UNE DONNÉE QUI RÉVÈLE, ÉCLAIRE ET GUIDE.

Avec cette nouvelle chronique Données & Déclics, Léger, la plus grande firme de recherche, de sondage et d'analytique à propriété canadienne, vous partage des insights issus de ses plus récentes études pour nourrir vos réflexions stratégiques, inspirer vos décisions et donner du sens à vos actions.

Caroline Roy

Vice-présidente et associée, Léger
📍 Québec | www.leger360.com



Dans cette édition:

LE STRESS FINANCIER NE RESTE PAS À LA MAISON

Un employé peut être présent à une réunion, répondre à ses courriels et accomplir ses tâches... tout en ayant l'esprit ailleurs.

- Une facture imprévue.
- Un prêt hypothécaire à renouveler.
- Une dette qui augmente.
- Une épargne qui ne suffit plus à rassurer.

Pendant longtemps, les préoccupations financières ont été considérées comme une affaire strictement personnelle.

Pourtant, elles ne disparaissent pas au début de la journée de travail : elles occupent de l'espace mental. Lorsqu'elles deviennent persistantes, elles peuvent affecter la santé, le sommeil, la concentration et le rendement. L'Agence de la consommation en matière financière du Canada reconnaît d'ailleurs que le stress financier peut avoir des répercussions sur les employés comme sur les résultats de leur organisation.

**LE STRESS FINANCIER NE RESTE DONC PAS À LA
MAISON. IL ENTRE AUSSI DANS L'ENTREPRISE.**

UNE PRESSION FINANCIÈRE BIEN RÉELLE

La Boussole financière 2025 de Léger révèle que plusieurs Canadiens prennent leurs décisions financières avec peu de repères :

- 48 % n'ont pas de conseiller financier;
- 42 % n'ont pas de stratégie financière;
- 56 % craignent de commettre des erreurs avec leur argent.

Leurs préoccupations sont tout aussi concrètes :

- 66 % s'inquiètent de la sécurité de leur épargne;
- 64 %, de la valeur de leurs investissements;
- 57 %, de leur capacité à payer leurs factures.

Ces résultats portent sur les Canadiens en général, et non précisément sur les travailleurs. Ils permettent néanmoins de mieux comprendre le contexte dans lequel évoluent nos équipes : une part importante de la population doit prendre des décisions financières avec peu d'accompagnement, peu de planification et une crainte élevée de se tromper.

Derrière les fonctions et les responsabilités professionnelles se trouvent des personnes préoccupées par le coût de la vie, leur niveau d'endettement, les besoins de leur famille ou la préparation de leur retraite. Plusieurs arrivent ainsi au travail avec une charge mentale qui n'apparaît dans aucun tableau de gestion.

UN BRUIT DE FOND QUI MOBILISE L'ATTENTION

Le stress financier agit souvent comme un bruit de fond : discret, mais énergivore.

- les principales sources de préoccupation;
- les ressources les moins connues ou les moins utilisées;
- les sujets sur lesquels les employés souhaitent être mieux outillés;
- les formats d'accompagnement qu'ils jugent les plus utiles;
- les obstacles qui limitent l'utilisation des programmes existants.

L'Agence recommande d'ailleurs d'évaluer les besoins et les préférences des employés avant de concevoir ou de modifier un programme de mieux-être financier. Les sondages confidentiels et, lorsque cela est pertinent, les groupes de discussion peuvent aider l'organisation à établir ses priorités.

Cette écoute doit demeurer volontaire, anonyme et respectueuse. L'objectif n'est pas de connaître la situation personnelle de chacun, mais de bâtir une réponse organisationnelle fondée sur des besoins réels plutôt que sur des suppositions.

Cette démarche est particulièrement pertinente pour les petites entreprises et les jeunes organisations, qui ne disposent pas toujours des ressources d'une grande structure. Il n'est pas nécessaire de bâtir immédiatement un vaste programme : une entreprise peut commencer par un besoin prioritaire, une communication plus claire ou une ressource mieux adaptée.

UNE DÉCISION DE GESTION ÉCLAIRÉE

Le mieux-être financier est souvent considéré comme une responsabilité des ressources humaines. Pourtant, ses effets potentiels concernent aussi la productivité, l'engagement, l'expérience employé et la rétention des talents.

Selon les recherches citées par l'Agence, 70 % des employés estiment que leur employeur devrait favoriser leur bien-être financier, tandis que 78 % aimeraient participer à des programmes d'éducation financière en milieu de travail.

Les dirigeants ne peuvent pas éliminer le coût de la vie, l'endettement ou l'incertitude économique. Ils peuvent toutefois éviter d'ajouter de la complexité, mieux informer, simplifier l'accès aux ressources et créer un environnement où demander de l'aide n'est pas perçu comme un échec.

Avant d'ajouter un nouvel avantage ou un nouveau programme, ils gagneraient à se poser cinq questions :

- Connaissons-nous les préoccupations susceptibles d'affecter nos équipes?
- Nos avantages sociaux sont-ils réellement compris?
- Les employés savent-ils où trouver de l'aide de manière confidentielle?
- Nos initiatives reposent-elles sur des besoins mesurés?
- Quelle première action simple pourrait réellement faire une différence?

Le stress financier est souvent silencieux. Ses effets, eux, ne le sont pas toujours.

Soutenir le mieux-être financier des employés, ce n'est pas entrer dans leur vie privée. C'est leur permettre de travailler avec de meilleurs repères, et un peu moins de bruit de fond.

Selon les données regroupées par l'Agence, les personnes vivant du stress financier sont cinq fois plus susceptibles d'être distraites au travail. De plus, 43 % déclarent que ce stress nuit à leur rendement professionnel.

Le lien avec l'organisation est concret. Lorsqu'une partie de l'attention d'un employé est continuellement mobilisée par ses finances, il peut lui rester moins de disponibilité pour analyser une situation, résoudre un problème ou prendre une décision complexe.

Cette dynamique ne signifie évidemment pas que toute baisse de rendement est causée par les finances personnelles. Elle invite plutôt à reconnaître qu'une difficulté vécue à l'extérieur de l'organisation peut néanmoins produire des effets à l'intérieur de celle-ci.

**La suite intégrale de l'article sur le site
www.lesuccesinspire.ca**

Pour télécharger le rapport La Boussole financière de Léger, scannez ce code QR.





SABRINA TESSIER Réussir sans se sacrifier : quand le leadership commence par soi

Coach d'affaires, conférencière et auteure, Sabrina Tessier accompagne les entrepreneurs à développer un leadership plus humain, plus conscient et durable, où la performance ne se fait jamais au détriment de l'équilibre.

Pendant treize ans, Sabrina Tessier a connu la réussite telle qu'on la mesure traditionnellement : croissance, chiffres, performance et reconnaissance. À la tête d'une entreprise de vente qui l'a menée parmi les 20 meilleures en Amérique du Nord, elle avançait à toute vitesse, portée par une volonté de réussir. Jusqu'au jour où son corps lui a imposé un arrêt brutal.

En 2021, après avoir ignoré pendant trop longtemps les signaux d'épuisement, elle se retrouve alitée pendant deux mois et contrainte de déléguer du jour au lendemain l'intégralité de son entreprise. Une expérience bouleversante qui allait pourtant transformer profondément sa conception de l'entrepreneuriat.

« J'ai compris que la réussite ne se mesure plus en chiffre d'affaires, mais en bien-être vécu au quotidien, dans toutes les sphères de la vie », explique-t-elle.

Cette prise de conscience est devenue le socle de sa nouvelle mission : accompagner les entrepreneurs et les dirigeants à réussir sans se sacrifier.



Crédit de toutes les photos de cet article **Marie-Michel St-Onge**



Beaucoup restent convaincus qu'ils sont les mieux placés pour tout faire. Pourtant, rappelle Sabrina Tessier, déléguer est une compétence qui s'apprend. Cela implique d'accepter que les choses ne soient pas nécessairement réalisées exactement de la même manière que si l'on s'en chargeait soi-même. Mais c'est justement là que se trouve l'une des transformations majeures du leadership.

DE LA PERFORMANCE À L'HARMONIE

Son parcours l'a conduite vers le coaching personnalisé, les conférences et l'écriture. Dans son livre *Mindset positif pour réussir*, elle développe notamment une réflexion sur l'alignement et sur la nécessité de définir ce que l'on veut réellement.

Pour Sabrina Tessier, il ne s'agit pas de rechercher une réussite à tout prix, ni même un équilibre parfait. Elle parle plutôt d'harmonie.

Cette nuance est fondamentale. Car derrière les difficultés de gestion, le manque de temps ou le stress se cachent souvent des enjeux beaucoup plus personnels. Chez les entrepreneurs qu'elle accompagne, elle observe notamment la peur du manque : lorsque l'entreprise traverse une période d'incertitude, le réflexe est souvent de travailler davantage, de serrer les dents et de porter seul le poids de l'organisation.

Or, selon elle, la solution se trouve parfois exactement à l'opposé.

« Le vrai besoin, dans ces moments-là, c'est souvent de se reposer pour être plus efficace, pas de travailler plus. »

La question n'est donc pas de savoir combien d'heures un entrepreneur travaille, mais où il investit son énergie.

L'ENTREPRISE NE PEUT PAS ÊTRE DISSOCIÉE DE L'HUMAIN

C'est précisément à cet endroit que l'intelligence émotionnelle occupe une place centrale dans son approche.

Au fil de ses accompagnements, Sabrina Tessier a constaté que les émotions du dirigeant influencent souvent l'entreprise davantage que l'entreprise n'influence le dirigeant. Derrière le stress, l'épuisement ou certaines difficultés relationnelles peuvent se cacher la peur de l'échec, la peur de ne pas être à la hauteur, la peur de réussir ou encore le syndrome de l'imposteur.

À cela s'ajoutent les conflits avec les équipes ou les clients et, plus largement, la difficulté à communiquer efficacement.

Comprendre ses émotions devient alors un véritable levier de leadership. Parce qu'un dirigeant ne peut pas séparer complètement sa vie personnelle de sa vie professionnelle, ni son rôle de leader de la personne qu'il est.

« Comprendre qu'on ne peut pas dissocier l'humain de ses émotions, ni le leader de sa vie personnelle et professionnelle, c'est le point de départ de tout le reste. »

DÉLÉGUER, CE N'EST PAS PERDRE LE CONTRÔLE

Parmi les pièges qui conduisent les entrepreneurs au surmenage, la difficulté à déléguer arrive en tête.

« Déléguer, dans le fond, c'est faire briller quelqu'un d'autre. »

Le dirigeant cesse alors progressivement d'être celui qui porte l'entreprise à bout de bras pour devenir celui qui l'inspire et fait grandir les personnes qui l'entourent.

À cette difficulté s'ajoute une autre croyance profondément ancrée dans l'univers entrepreneurial : celle selon laquelle le nombre d'heures travaillées serait directement proportionnel au succès. Sabrina Tessier invite plutôt les dirigeants à cibler les actions réellement importantes et à apprendre à investir leur énergie au bon endroit. Elle insiste également sur un troisième piège :

CROIRE QUE L'ON EST SEUL À VIVRE CES DIFFICULTÉS. LES ÉCHANGES ENTRE ENTREPRENEURS PERMETTENT SOUVENT DE RÉALISER QUE LES ENJEUX SONT ÉTONNAMMENT SIMILAIRES ET QUE L'ENTRAIDE PEUT DEVENIR UNE VÉRITABLE FORCE.

FAIRE UNE PAUSE POUR ENTENDRE SON INTUITION

Dans un environnement où tout semble aller toujours plus vite, prendre une décision stratégique exige parfois... de ralentir.

Sabrina Tessier a elle-même constaté que les meilleures décisions ne sont pas nécessairement prises dans l'urgence ou devant un écran. Les siennes sont souvent venues lors d'une marche, dans la nature ou à la pêche.

Pourquoi ? Parce que le cerveau entrepreneurial est constamment sollicité. Réduire le bruit extérieur permet alors de faire émerger une autre voix : celle de l'intuition.

Cette capacité à prendre du recul est également au cœur de son approche de coaching. Contrairement à l'idée selon laquelle le coach serait celui qui possède les réponses, elle considère plutôt son rôle comme celui d'une personne qui crée l'espace nécessaire pour que son client trouve ses propres réponses.

Questionner, faire tomber les barrières, offrir un regard extérieur : parfois, l'accompagnement consiste moins à donner une solution qu'à permettre au dirigeant de voir plus clairement celle qu'il portait déjà en lui.

PERSÉVÉRER, S'ADAPTER... ET TENIR DANS LE TEMPS

Pour les dix prochaines années, Sabrina Tessier identifie trois qualités qui feront la différence : la persévérance, la résilience et la constance.

La persévérance permet de traverser les périodes difficiles sans abandonner. La résilience permet de s'adapter à un marché qui évolue rapidement. Mais la constance constitue peut-être la notion la plus révélatrice de sa vision.

Elle invite les entrepreneurs à construire un rythme d'affaires et de vie qu'ils peuvent réellement maintenir pendant des années.

L'objectif n'est pas de tenir quelques mois à un rythme effréné avant de s'écrouler. Il est de bâtir une trajectoire que l'on aime suffisamment pour vouloir la poursuivre longtemps. C'est cette vision qui distingue, selon elle, la performance ponctuelle de la prospérité durable.

APPRENDRE À DIRE NON POUR POUVOIR DIRE OUI

S'il fallait faire disparaître une seule croyance limitante chez les entrepreneurs, Sabrina Tessier choisirait l'incapacité à dire non.

Dire non par peur de perdre une occasion. Dire non par peur du jugement. Dire oui à une demande alors que celle-ci éloigne des véritables priorités.

Elle raconte notamment le cas d'une entrepreneure qui se sentait constamment débordée. Ses objectifs étaient pourtant clairs. Le problème se situait ailleurs : ses actions quotidiennes n'étaient plus alignées avec ces objectifs.

Apprendre à dire non — parfois simplement « non pour maintenant » — lui a permis de reprendre le contrôle de ses priorités. Le résultat ? Une croissance encore plus importante, mais surtout un sentiment d'alignement et de bien-être retrouvé.

Car dire non à une chose, rappelle Sabrina Tessier, c'est aussi se donner la possibilité de dire oui à une autre.

LE BONHEUR COMME CHOIX

Au cœur de ses livres, de ses conférences et de ses formations se trouve un message qui dépasse largement l'univers entrepreneurial : le bonheur est un choix.

Il ne s'agit pas de prétendre que les difficultés n'existent pas. Sabrina Tessier dit elle-même avoir traversé des expériences extrêmement difficiles. Mais elle estime que les circonstances ne déterminent pas entièrement la manière dont nous vivons notre quotidien.

Son approche consiste à porter davantage attention à ce qui fonctionne, à ce qui est beau et à ce qui peut être changé dans la routine pour y introduire davantage de bonheur.

Cette philosophie s'inscrit dans une conception plus large de la réussite : celle qui inclut la famille, la qualité de vie, le bien-être et le sentiment d'être à la bonne place.

« VOTRE ENTREPRISE A BESOIN DE VOUS, ALIGNÉ »

Au terme de son parcours, Sabrina Tessier ne rejette aucunement la performance ou l'ambition. Elle propose plutôt de les redéfinir.

Elle croit profondément en l'entrepreneuriat, tout en souhaitant contribuer à réduire le nombre d'entrepreneurs qui se brûlent en chemin. Son expérience personnelle lui a montré qu'une entreprise prospère n'a pas besoin d'un dirigeant épuisé pour grandir.

Elle a besoin d'un dirigeant aligné.

« Vous n'avez pas à choisir entre réussir et vous épanouir », affirme-t-elle.

La prospérité durable ne se résume donc pas au chiffre d'affaires. Elle se mesure aussi dans la manière dont on se sent au réveil, dans la présence que l'on accorde à sa famille et dans la place que l'on conserve pour soi-même.

Et peut-être est-ce là le véritable enjeu du leadership moderne : ne pas simplement bâtir une entreprise que l'on peut faire grandir, mais construire une vie dans laquelle on a réellement envie de rester.

Le conseil de Sabrina Tessier aux entrepreneurs est simple : **donnez-vous la permission de ralentir avant que la vie ne vous y oblige. Apprenez à déléguer, à dire non et à écouter votre intuition plutôt que votre peur. Votre entreprise n'a pas besoin d'un héros épuisé à sa tête. Elle a besoin de vous, entier, aligné et suffisamment présent pour la voir grandir longtemps.**



Gabriel Ste-Marie, député fédéral de Joliette-Manawan



1. UNE DÉCENNIE AU SERVICE DE LA RÉGION

Vous représentez les citoyens de Joliette-Manawan à Ottawa depuis plusieurs années. Quel regard portez-vous aujourd'hui sur l'évolution économique de la région et sur les principaux changements que vous avez observés ?

Quand je suis devenu député en 2015, notre région avait déjà beaucoup de potentiel, mais aujourd'hui je vois une économie plus diversifiée, plus entreprenante et plus confiante dans ses capacités. Un exemple très concret est le secteur agroalimentaire, qui demeure un pilier économique chez nous. Des entreprises de transformation alimentaire, des producteurs agricoles et des commerces de proximité ont continué à investir et à innover malgré les défis des dernières années. On constate aussi un intérêt croissant pour les produits locaux, ce qui soutient directement nos producteurs et nos entreprises.

Je pense également au secteur manufacturier. Dans plusieurs municipalités de la circonscription, des entreprises ont modernisé leurs équipements, adopté de nouvelles technologies et développé de nouveaux marchés. Lors de mes visites, je rencontre régulièrement des entrepreneurs qui exportent partout en Amérique du Nord et même ailleurs dans le monde tout en maintenant de bons emplois ici, dans Lanaudière.

Un autre changement important est la croissance démographique que nous avons connue. Beaucoup de familles et de travailleurs ont choisi de s'établir dans la région. Cela apporte du dynamisme économique, soutient nos commerces et contribue à la vitalité de nos municipalités.

Je suis particulièrement impressionné par l'esprit entrepreneurial de nombreux nouveaux arrivants qui enrichissent notre tissu économique.

Je pense aussi à la communauté atikamekw de Manawan. Au fil des années, j'ai vu se développer de plus en plus d'initiatives économiques, entrepreneuriales et culturelles qui renforcent l'autonomie de la communauté et créent des ponts avec l'ensemble de la région.

Ce qui me frappe le plus, au fond, ce sont les gens. Je rencontre des propriétaires de PME qui ont repris l'entreprise familiale, de jeunes entrepreneurs qui lancent leur premier projet, des travailleurs autonomes qui créent leur propre emploi et des organismes qui soutiennent le développement local.



Malgré la pandémie, l'inflation, la pénurie de main-d'œuvre et la crise tarifaire, notre région a démontré une remarquable capacité d'adaptation. Après bientôt onze ans comme député, je dirais que le principal changement est peut-être celui-ci : les gens de Joliette-Manawan ont encore plus confiance en leur capacité de réussir ici, de créer de la richesse ici et de bâtir leur avenir ici.

2. LES PME, MOTEUR DE NOTRE ÉCONOMIE

Les petites et moyennes entreprises constituent l'épine dorsale de notre économie. Quels sont, selon vous, les plus grands défis auxquels elles sont confrontées actuellement et quelles solutions devraient être prioritaires ?

Les PME et les travailleurs autonomes sont au cœur de notre économie. Chaque semaine, je rencontre des gens qui prennent des risques, créent de la richesse et contribuent à faire vivre nos communautés. Leurs principaux défis sont bien connus : la pénurie de main-d'œuvre, l'augmentation des coûts d'exploitation, les difficultés liées à l'exportation vers les États-Unis, l'accès au financement et la relève entrepreneuriale.

Trop souvent, des entreprises ont les contrats et les clients nécessaires pour croître, mais peinent à recruter ou à absorber la hausse des coûts.

À mon avis, les priorités doivent être de soutenir la formation et le recrutement de la main-d'œuvre, de réduire les lourdeurs administratives, de faciliter le transfert des entreprises à la relève et d'améliorer l'accès au financement, notamment pour les jeunes entrepreneurs, les entrepreneurs issus de la diversité et les travailleurs autonomes qui souhaitent développer leurs activités.

Pour le recrutement, le gouvernement doit cesser de jouer au yoyo avec les travailleurs étrangers temporaires.

Chaque semaine, mon bureau est témoin de situations humaines difficiles et du découragement de nombreux entrepreneurs. Quant aux tensions commerciales avec les États-Unis, le gouvernement doit continuer à défendre efficacement nos intérêts et mieux accompagner les PME à travers cette période d'incertitude.

Au fond, les entrepreneurs demandent surtout qu'on leur permette de se concentrer sur ce qu'ils font de mieux : innover, créer de la richesse et contribuer à la vitalité de nos communautés.



3. ENTREPRENDRE EN RÉGION

Lanaudière regorge d'entrepreneurs ambitieux. Que faudrait-il mettre en place davantage pour favoriser la création, la croissance et la pérennité des entreprises en région ?

Lanaudière regorge d'entrepreneurs ambitieux. Ce que j'entends le plus souvent sur le terrain, c'est qu'ils ont besoin d'un environnement qui leur permet de consacrer leur énergie à développer leur entreprise plutôt qu'à contourner des obstacles.

Lisez l'intégralité de cette entrevue sur le site www.lesuccesinspire.ca ou scannez ce code QR





Lucie Bouchard — Bâtir une entreprise qui transforme la vie avant de transformer les résultats

*Et si le véritable succès entrepreneurial ne se mesurait pas seulement à la croissance d'une entreprise, mais à la liberté qu'elle permet de créer? C'est autour de cette conviction que Lucie Bouchard a construit **ENFIN ma vie parfaite**, un mouvement né d'un parcours marqué par les remises en question, les épreuves et une volonté profonde de reprendre le contrôle de sa vie.*

À 50 ans, Lucie affirme avoir « tout perdu » — financièrement, émotionnellement et professionnellement. Après avoir consacré une grande partie de sa vie à bâtir des projets et à aider les autres, elle décide de repartir autrement. Une promesse naît alors : si elle doit recommencer à zéro, elle ne construira plus une vie dictée par les attentes des autres. Elle construira **enfin sa vie parfaite**. Ce qui était au départ une décision personnelle deviendra progressivement une véritable mission entrepreneuriale.

TRANSFORMER LES ÉPREUVES EN POINT DE DÉPART

Lucie parle sans détour de ses « cinq vies de merde », expression qui résume les nombreuses épreuves ayant jalonné son parcours. Mais derrière cette formule se trouve surtout une profonde transformation.

Elle entreprend de réunir les différentes dimensions de son expérience : ses années en stratégie financière, son parcours d'entrepreneure, les voyages immersifs, le développement humain et le travail énergétique. Elle comprend alors qu'une vie parfaite n'est pas une existence sans difficultés.

« C'est une vie alignée avec son essence, la mission de son âme et ses propres choix. »

Cette philosophie devient le cœur d'ENFIN ma vie parfaite. Pour Lucie, il ne s'agit pas simplement d'une entreprise, mais d'un mouvement de libération : une invitation à arrêter de survivre pour commencer à vivre pleinement.

Aujourd'hui, elle accompagne des entrepreneurs, des coaches et des experts qui souhaitent créer une entreprise qui leur ressemble, retrouver leur liberté et transformer leur succès en une vie qu'ils ont réellement envie de vivre.

UNE ENTREPRISE AU SERVICE DE LA VIE

Pour Lucie Bouchard, une vie parfaite n'est pas une destination. C'est une décision. Pendant longtemps, elle croyait que davantage d'argent, de succès ou de reconnaissance finirait par tout régler. La vie lui a finalement appris qu'une existence alignée se construit **« un choix à la fois »**. Cette philosophie influence directement sa manière d'entreprendre.



« L'argent crée des possibilités. Le temps permet d'en profiter. Mais vivre en accord avec ses valeurs donne un sens à tout le reste. »

Elle choisit de bâtir autour de ses valeurs, protège son temps et son énergie, crée des expériences immersives et intègre le voyage à sa vision de l'entreprise.

Une question guide désormais ses décisions :

« Est-ce que cela me rapproche de ma vie parfaite ou est-ce que cela m'en éloigne? »

Elle transmet cette même réflexion aux entrepreneurs qu'elle accompagne. Car, selon elle, l'une des grandes erreurs consiste à bâtir une entreprise avant de bâtir sa vie.

On poursuit les objectifs, on accumule les responsabilités, on répond aux attentes de tout le monde... jusqu'à oublier pourquoi on a commencé.

« On peut avoir une belle entreprise et se sentir prisonnier de son propre succès. »

La réussite financière demeure importante, reconnaît-elle, mais elle ne remplace ni le sens, ni la liberté, ni l'alignement. Le véritable succès survient lorsque l'entreprise soutient la vie que l'on souhaite vivre, plutôt que de devenir elle-même une prison.

RÉUNIR LA STRATÉGIE, LES FINANCES ET L'HUMAIN

Le parcours professionnel de Lucie l'a longtemps amenée à travailler avec la stratégie et les finances. Elle possédait les outils pour aider les entrepreneurs à développer leur entreprise, mais elle constatait que certains demeuraient bloqués malgré l'existence d'un excellent plan. Elle comprend alors qu'une stratégie ne peut donner son plein potentiel lorsque la personne est freinée par ses peurs, ses croyances ou son énergie. À l'inverse, le développement personnel seul peut générer de l'inspiration sans nécessairement produire les résultats recherchés.

Son approche repose donc sur quatre dimensions complémentaires : la stratégie donne la direction, les finances assurent la solidité, l'énergie permet de lever certains blocages et le développement personnel aide à devenir la personne capable de soutenir la nouvelle réalité.

Lorsque « la tête, l'énergie et le cœur avancent ensemble », les décisions deviennent plus simples, les actions plus cohérentes et les résultats plus durables.

L'objectif n'est donc pas uniquement de faire grandir une entreprise. Il s'agit de faire de celle-ci un outil au service de la liberté.

LE VÉRITABLE POUVOIR DE CHOISIR

La liberté occupe une place centrale dans la vision de Lucie. Elle la définit notamment à travers un équilibre entre l'argent, le temps et les valeurs.

« L'argent crée des possibilités. Le temps permet d'en profiter. Mais vivre en accord avec ses valeurs donne un sens à tout le reste. »

Elle-même a connu des périodes où son entreprise fonctionnait, mais où elle n'avait plus le temps de vivre. Ce modèle ne correspondait plus à sa définition du succès.

Aujourd'hui, elle veut pouvoir choisir les projets qui lui ressemblent, les personnes avec qui elle travaille, les endroits où elle souhaite être et la manière dont elle veut vivre ses journées.



La liberté, c'est pouvoir choisir. Cette conception du leadership est aussi nourrie par les épreuves. Pour Lucie, les difficultés ne sont pas seulement des obstacles : elles peuvent devenir des leviers de transformation.

« Je suis convaincue qu'on ne devient pas leader grâce à nos succès, mais grâce à notre façon de traverser les épreuves. »

Une autre leçon demeure centrale : « On peut tout perdre... sauf son expérience, ses compétences et sa capacité à se relever. » C'est avec cette expérience qu'elle accompagne aujourd'hui ses clients. Elle ne transmet pas uniquement une théorie : elle partage un chemin qu'elle a elle-même parcouru.

PASSER DU MODE SURVIE AU MODE CRÉATION

Chez les entrepreneurs qu'elle accompagne, Lucie observe un changement qui dépasse largement les chiffres.

« Le plus grand changement, ce n'est pas leur chiffre d'affaires. C'est leur façon de se voir. »

Certains arrivent fatigués, débordés, avec l'impression de porter leur entreprise sur leurs épaules. Ils passent du mode survie au mode création.

Cette transformation rejoint une autre conviction forte de Lucie : l'entrepreneur ne devrait pas devenir l'employé de sa propre entreprise.

C'est notamment l'objectif de sa formation « PDG débordé à Président libre », qui vise à aider les entrepreneurs à sortir du cœur des opérations pour prendre véritablement leur rôle de dirigeant. Un président donne une direction, prend les décisions stratégiques et s'entoure des bonnes personnes. Il ne fait pas tout lui-même.

UN ENTREPRENEURIAT PLUS HUMAIN

Lucie Bouchard voit dans cette évolution une tendance plus large : l'entrepreneuriat de demain sera davantage humain.

Les entreprises qui prospéreront ne seront pas nécessairement les plus grandes, mais celles qui sauront s'appuyer sur une vision claire, des valeurs fortes et de véritables relations.

Dans un monde où l'intelligence artificielle transforme rapidement les façons de travailler, elle estime que certaines qualités demeureront profondément humaines : l'authenticité, la créativité, la vision et la capacité d'inspirer. Elle anticipe également une place grandissante pour les immersions. Sortir de son quotidien, prendre du recul et revenir avec une vision plus grande de son entreprise et de sa vie pourrait devenir un véritable avantage entrepreneurial. L'entrepreneur de demain ne cherchera donc pas uniquement la croissance.

Il cherchera l'alignement, la liberté et un impact durable.

CHOISIR D'ÉCRIRE UN NOUVEAU CHAPITRE

À ceux qui hésitent encore à faire le premier pas, Lucie Bouchard adresse un message simple :

« Le meilleur moment pour commencer n'est pas lorsque tout sera parfait. C'est aujourd'hui. »

Elle sait de quoi elle parle. Pendant des années, elle a attendu de se sentir prête. Elle a finalement compris qu'il n'existe pas de moment parfait, seulement des décisions capables de changer une vie.

Cette philosophie se retrouve également dans son livre **ENFIN ma vie parfaite** après 5 vies de marde, où elle raconte comment les plus grandes épreuves de son parcours sont devenues le point de départ d'une transformation profonde.

Son invitation aux entrepreneurs tient en deux mots :

Choisissez-vous.

Car au bout du chemin, le véritable succès n'est pas seulement ce que l'on construit.

C'est la personne que l'on devient en le construisant.

Et comme le rappelle Lucie Bouchard, peu importe d'où l'on part, il est toujours possible de choisir d'écrire un nouveau chapitre.

ENFIN ma vie parfaite — être payé pour voyager.



En savoir plus





« Mobilithérapie : quand la clinique vient à vous »

Avec sa clinique mobile, **Geneviève Martel** repense l'accès à la massothérapie et à la kinésithérapie en amenant l'expérience directement chez les particuliers et dans les milieux de travail.

Et si prendre soin de soi ne nécessitait plus de se déplacer? C'est autour de cette idée que Geneviève Martel a créé Mobilithérapie, une clinique mobile de massothérapie et de kinésithérapie aménagée dans une remorque. Une approche originale qui combine proximité, confort, discrétion et flexibilité, tant pour les particuliers que pour les entreprises.

D'UNE PANDÉMIE À UNE CLINIQUE SUR QUATRE ROUES

L'idée de Mobilithérapie est née pendant la pandémie. Après avoir connu le modèle traditionnel d'une clinique, parfois installé dans un local sans fenêtre, puis celui des soins à domicile dans un environnement où les bruits familiaux peuvent être présents, Geneviève Martel cherchait un espace professionnel, neutre, apaisant, salubre et sécuritaire, autant pour le thérapeute que pour le client.

Un changement de domicile de la Rive-Sud vers la Rive-Nord est venu accélérer sa réflexion. Plutôt que de gérer deux locaux, pourquoi ne pas créer quelque chose d'original?

Le projet a finalement pris la forme d'une remorque entièrement adaptée à ses besoins. « **Je devais me démarquer** », explique-t-elle. Son père, entrepreneur retraité, machiniste et autodidacte, a joué un rôle déterminant dans la transformation de cette « œuvre à quatre roues ».

Chauffage, fenêtres, couleurs, aménagement : le projet s'est construit dans l'action.

Cette approche lui a aussi permis de découvrir une nouvelle dimension de son métier : l'entrepreneuriat.

Avec le recul, Geneviève reconnaît toutefois que certaines étapes auraient gagné à être davantage préparées, notamment le marketing, la tarification, les mots-clés pour promouvoir l'offre et la prévision de l'usure de l'équipement.

UNE VÉRITABLE DÉCONNEXION

La force de Mobilithérapie réside dans son environnement. Le client quitte momentanément son domicile ou son milieu de travail pour entrer dans un espace neutre, professionnel et entièrement consacré à son bien-être.

« Une réelle déconnexion », résume Geneviève.

Plus besoin de se préoccuper du ménage, des enfants, des animaux ou de l'endroit où installer une table de massage. Pour les entreprises, plusieurs employés peuvent également bénéficier de soins au même endroit, sans déplacements successifs. Le modèle s'adapte aussi aux nouvelles réalités du travail. Avec le télétravail devenu courant, la clinique mobile peut rejoindre directement les travailleurs. Pour certains clients, elle représente également une économie de temps appréciable.



Et pour ceux qui possèdent un spa à domicile, Geneviève évoque même une combinaison particulièrement agréable : un passage dans le spa, suivi d'un massage.

UN SOIN ADAPTÉ À CHAQUE BESOIN

MobiliThérapie offre à la fois de la massothérapie et de la kinésithérapie, sur table ou sur chaise. Le choix de l'approche se fait avec le client avant chaque soin.

L'objectif peut être simplement de se déposer, de travailler un léger coincement ou encore de s'attaquer à une problématique récurrente. La kinésithérapie, qui associe thérapie manuelle et mouvement, permet notamment d'aller plus loin dans cette démarche.

Tout l'équipement nécessaire est disponible en permanence dans la clinique mobile : ventouses, pierres chaudes, guasha, coussin pour femme enceinte ou encore couverture chauffante. « Le soin va toujours être fluide et fait avec les outils nécessaires pour le meilleur des résultats », souligne Geneviève.

À domicile, les soins se font généralement sur table. En entreprise, la chaise de massage permet plutôt d'enchaîner les interventions rapidement, tout en conservant la possibilité d'adapter le choix de l'équipement à la condition de chaque personne.

LE BIEN-ÊTRE AU CŒUR DE L'ENTREPRISE

Pour Geneviève Martel, le massage en entreprise représente bien plus qu'un avantage ponctuel. Il s'inscrit dans une culture organisationnelle où le bien-être des employés devient un véritable levier collectif.

Les soins permettent de mettre en lumière certains inconforts physiques et d'offrir des conseils personnalisés en matière d'étirements ou de renforcement. Une démarche préventive qui peut contribuer à réduire certains problèmes avant qu'ils ne deviennent récurrents.

Mais l'enjeu est aussi humain. « Il augmente le sentiment d'appartenance et d'être reconnue », explique-t-elle. Prendre soin des employés, c'est ainsi renforcer le lien avec l'entreprise et favoriser une équipe plus unie, capable de progresser ensemble.

La mobilité, un avantage concurrentiel

Le modèle mobile permet à Geneviève d'avoir son équipement à portée de main en permanence. Cette autonomie constitue un avantage important par rapport à un déplacement classique à domicile, où il faut parfois transporter ou improviser une partie du matériel.

La clinique devient donc un espace professionnel complet qui se déplace avec elle, tout en réduisant les contraintes liées à l'environnement du client.

Mais derrière cette liberté se cache une logistique bien réelle : gestion des horaires, stationnement, nivellement de la remorque, fluctuations des revenus, paperasse, entretien et réparations éventuelles.

Le plus grand défi demeure toutefois le marketing. « Bien faire comprendre le concept de MobiliThérapie est mon défi que je tente de relever cette année », confie l'entrepreneure.

UNE CLIENTÈLE QUI SE CONSTRUIT SUR PLUSIEURS FRONTS

Pour faire connaître son entreprise, Geneviève mise sur plusieurs leviers. Les rendez-vous en ligne occupent une place importante, notamment parce qu'ils permettent de consulter facilement les disponibilités et de planifier un soin, parfois même pour son ou sa partenaire.

Les appels à froid et le porte-à-porte auprès des entreprises lui ont également permis d'obtenir des contrats réguliers de massage sur chaise. À cela s'ajoute notamment un partenariat avec l'Auberge Estonia à Rawdon.

Cette combinaison entre proximité, présence terrain, numérique et partenariats contribue progressivement au développement de MobiliThérapie.

VOIR PLUS GRAND, SANS PERDRE L'HUMAIN

À court terme, Geneviève Martel souhaite développer davantage le volet corporatif afin d'offrir aux entreprises d'ici des expériences favorisant une meilleure ambiance d'équipe et des employés épanouis.

À plus long terme, elle imagine plusieurs MobiliThérapie à travers le Québec, avec l'ambition de faire rayonner davantage la massothérapie et la kinésithérapie.

Son message aux personnes qui repoussent constamment leur bien-être est simple : écouter son corps avant qu'il ne soit obligé de crier.

Les petites raideurs et les inconforts peuvent parfois être pris en charge avant de devenir suffisamment importants pour perturber le sommeil et le quotidien. « Alors prenons le temps de ralentir », invite-t-elle.

Avec MobiliThérapie, Geneviève Martel souhaite précisément simplifier cette prise de temps pour soi et offrir un accompagnement personnalisé, dans un espace où le soin vient directement à la rencontre du client.



Pour obtenir un rendez-vous scannez ce code QR





VOS 100 000 PROCHAINS CLIENTS SONT PEUT-ÊTRE DÉJÀ AU SEIN DU RÉSEAU DE DISTRIBUTION DE QUELQU'UN D'AUTRE.

Présenté par **Harry Félix**

Bâtisseur de ponts, un partenaire de confiance.
Fondateur de **Métro City Expansion**

LE POTENTIEL INEXPLOITÉ DE LA DISTRIBUTION DANS LES MARCHÉS MULTICULTURELS

Les entreprises de technologies financières font face à un défi de croissance que nous connaissons bien.

L'acquisition de clients sur les plateformes numériques devient de plus en plus concurrentielle.

Les coûts d'acquisition sont sous pression.

Les consommateurs ont davantage de choix.

Et lorsqu'il s'agit de rejoindre les nouveaux arrivants et les communautés de la diaspora, il ne suffit plus de traduire une campagne publicitaire.

Alors, une question se pose :

D'où viendra la prochaine vague de clients?

La réponse se trouve peut-être là où on ne pense pas toujours à regarder :

dans les réseaux de distribution qui ont déjà accès à ces consommateurs.

ALLER AU-DELÀ DU NUMÉRIQUE

Promenez-vous dans un secteur commercial ethnique et observez où les gens effectuent leurs transactions au quotidien.

Le marché d'alimentation ethnique.

Le dépanneur du quartier.

La boutique de réparation de téléphones.

Le détaillant mobile.

Le point de service de transfert d'argent.

Le commerce indépendant.

Ces entreprises sont souvent profondément enracinées dans les communautés qu'elles desservent.

Les clients ne s'y rendent pas uniquement pour acheter quelque chose.

Ils posent des questions.

Ils demandent conseil.

Ils découvrent de nouveaux produits.

Ils cherchent des solutions.

Ils effectuent leurs transactions.

Et surtout, ils échangent avec des personnes qu'ils connaissent et en qui ils ont confiance.

Ce ne sont donc pas simplement des points de vente. Ce sont de véritables points d'accès aux communautés. Pourtant, de nombreuses marques continuent de les considérer principalement comme des endroits où distribuer leurs produits, plutôt que comme de véritables leviers de croissance.

LES ENTREPRISES DE TÉLÉCOMMUNICATIONS ET DE TRANSFERT D'ARGENT L'ONT COMPRIS DEPUIS LONGTEMPS

Les entreprises de télécommunications et de transfert d'argent ont développé d'importants réseaux de distribution physiques au sein des marchés ethniques et des communautés de la diaspora.

Leur succès nous enseigne quelque chose d'important.

Leur avantage concurrentiel ne repose pas uniquement sur le produit ou le prix.

Il repose aussi sur leur proximité avec le client.

Un consommateur qui souhaite recharger son téléphone, acheter une carte SIM, faire réparer son appareil ou envoyer de l'argent à sa famille à l'étranger interagit peut-être déjà avec une entreprise faisant partie d'un réseau de télécommunications ou de transfert d'argent.

Cette relation crée quelque chose que la publicité numérique peut difficilement reproduire : l'accès.

Et cet accès peut devenir un puissant avantage de croissance.

UNE QUESTION QUE LES DIRIGEANTS DE FINTECH DEVRAIENT SE POSER

Il y a quelque chose qui m'a toujours étonné :

Pourquoi davantage d'entreprises fintech n'explorent-elles pas des partenariats stratégiques avec les entreprises de télécommunications et de transfert d'argent afin de tirer parti de leur accès existant aux consommateurs et d'élargir leur présence sur le marché?

Imaginez le potentiel.

Une entreprise de télécommunications peut déjà avoir : Des clients + des relations avec des détaillants + une présence dans les communautés + une fréquence élevée de transactions.

Une entreprise de transfert d'argent peut disposer de : Clients + intention financière + agents de confiance + relations avec les diasporas.



Une fintech peut apporter :
La technologie + les produits financiers + l'infrastructure numérique.
Que se passe-t-il lorsque ces différents actifs sont connectés?
C'est là que les choses deviennent vraiment intéressantes.

LE VÉRITABLE ENJEU N'EST PAS LA NOTORIÉTÉ. C'EST L'ACCÈS.

De nombreuses entreprises savent créer de la notoriété. Beaucoup moins savent créer un accès régulier et crédible à une communauté précise. La distinction est importante. La notoriété demande :
Les consommateurs connaissent-ils notre marque?
L'accès demande :
Pouvons-nous rejoindre régulièrement les consommateurs que nous voulons atteindre, là où ils vivent, magasinent, effectuent leurs transactions et prennent leurs décisions?

Pour les marques qui cherchent à se développer auprès des communautés culturelles et des diasporas, cette distinction peut faire toute la différence. Parce que le défi n'est pas nécessairement de trouver le consommateur. C'est de trouver les chemins qui permettent de l'atteindre.

LE DÉPANNEUR DU COIN EST PEUT-ÊTRE PLUS STRATÉGIQUE QU'ON NE LE PENSE

Pris individuellement, un dépanneur peut sembler insignifiant. Mais multipliez ce même commerce par des centaines de quartiers et des milliers d'interactions avec les consommateurs, et la perspective change complètement. La même chose s'applique aux :
Détaillants de téléphones.
Boutiques de réparation.
Détaillants mobiles indépendants.
Agents de transfert d'argent.
Commerces et entreprises communautaires.
Ensemble, ils peuvent constituer une infrastructure physique distribuée qui relie les marques aux consommateurs.



La véritable valeur stratégique n'est donc pas le commerce pris individuellement.

C'est le réseau.

Et un réseau peut offrir une portée qu'une série de placements publicitaires individuels ne peut pas nécessairement reproduire.

LA PROCHAINE FRONTIÈRE DE LA CROISSANCE DES FINTECHS?

Les fintechs ont passé des années à construire des infrastructures numériques. La prochaine occasion pourrait être de connecter cette infrastructure numérique à une infrastructure communautaire physique qui existe déjà. Cette approche pourrait être particulièrement pertinente pour les produits où la confiance, l'éducation et l'interaction humaine jouent un rôle dans l'adoption : Services bancaires — Paiements — Transferts d'argent — Crédit — Assurances — Investissements — Bien-être financier

Il ne s'agit pas nécessairement de remplacer l'acquisition numérique.

Il s'agit de la compléter avec quelque chose que les plateformes numériques ne peuvent pas offrir seules : la proximité physique et la confiance au sein des communautés.

Parce que parfois, la prochaine étape de votre croissance ne consiste pas à créer un nouveau canal.

Elle consiste à connecter votre entreprise aux canaux qui ont déjà les clients que vous cherchez à rejoindre.

Retrouvez l'intégralité de l'article sur le site www.lesuccesinspire.ca

Scannez le code QR et réservez une consultation stratégique gratuite!



www.metrocityexpansion.com



Isabelle TURCOTTE

« ET SI NOTRE PLUS GRANDE MAGIE ÉTAIT DE DEVENIR
PLEINEMENT SOI-MÊME ? »



À travers « Moi, la Magicienne », Isabelle Turcotte invite à repenser le succès, le potentiel et la transformation personnelle. Une rencontre avec une femme qui a choisi de faire de son propre chemin une source d'inspiration pour les autres.

Et si la magie de notre vie ne dépendait pas de ce qui nous arrive, mais de ce que nous décidons d'en faire? C'est toute la philosophie qui se trouve derrière l'univers créé par Isabelle Turcotte autour de « Moi, la Magicienne », un projet né de plus de 25 ans d'expériences professionnelles et humaines, mais surtout d'une conviction : chacun possède davantage de pouvoir sur sa vie qu'il ne le croit.

NUMÉRO 1 MONDIAL : RÉUSSIR À DEUX

En 2025, le couple est devenu Numéro 1 –
Global Leadership 2025

Derrière ce résultat, Isabelle insiste sur les années de travail, les doutes, les ajustements, les longues journées et surtout la constance.

Crédit de toutes les photos de cet article **Marie-Michel St-Onge**s



ON PEUT SE REINVENTER PLUSIEURS FOIS

DEVENIR PLUSIEURS VERSIONS DE SOI

Avant de devenir « la Magicienne », Isabelle a traversé plusieurs vies professionnelles : domaine dentaire, finance, enseignement et accompagnement de nombreuses personnes. À cela se sont ajoutés les « cours intensifs » que la vie lui a imposés.

Ces expériences lui ont appris qu'une vie ne suit pas nécessairement une ligne droite. « On peut se réinventer plusieurs fois », affirme-t-elle. Surtout, elle a compris qu'il est possible de changer de direction lorsqu'une situation ne nous ressemble plus.

Pour Isabelle, cette capacité à se réinventer passe d'abord par une meilleure connaissance de soi, l'écoute de son intuition et le courage de faire de nouveaux choix.

LA MAGIE EST UNE QUESTION DE CHOIX

La « Magicienne » n'a rien d'un personnage qui attendrait qu'une solution tombe du ciel. « Je ne parle pas de sortir un lapin d'un chapeau ni d'attendre que l'Univers dépose un chèque dans notre boîte aux lettres! », lance-t-elle avec humour.

Sa définition de la magie est beaucoup plus concrète : elle se trouve dans les choix, la façon de penser, les habitudes, les personnes que l'on accueille dans sa vie et, surtout, dans la capacité à passer à l'action.

Son message s'adresse particulièrement aux femmes : elles n'ont pas besoin d'attendre quelqu'un pour venir les sauver. « La cape est déjà dans le garde-robe », rappelle-t-elle.

LA PLUS GRANDE PRISON N'A PAS DE MURS

Au fil de ses années d'accompagnement, Isabelle a identifié un obstacle récurrent au changement : les croyances.

« Je suis trop vieille. Je ne suis pas assez bonne. Je n'ai pas le temps. Je ne suis pas capable. Ce n'est pas pour moi. »

À force de répéter ces phrases, elles finissent par être considérées comme des vérités. Pourtant, selon elle, la véritable transformation commence lorsqu'on ose poser une autre question : « Et si j'étais capable? »

Après plus de 25 ans à accompagner des personnes dans leur développement physique, mental et financier, Isabelle a également compris qu'on ne peut pas transformer quelqu'un à sa place. On peut transmettre des outils, accompagner et soutenir, mais la décision appartient toujours à la personne concernée.

Cette expérience l'a aussi amenée à moins juger et davantage chercher à comprendre. Derrière certains comportements peuvent se cacher des peurs, des blessures, un besoin de reconnaissance ou simplement le désir d'être aimé et accepté.

DE LA PAROLE AU LIVRE, PUIS AU MOUVEMENT

En 2025, Isabelle a publié *Moi, la Magicienne*. L'objectif? Laisser une trace et transmettre les expériences, les outils et les prises de conscience accumulés au fil des années.

Mais surtout, elle souhaite provoquer une question chez la personne qui referme le livre : « OK. Maintenant, qu'est-ce que je vais faire de ma vie? »

Pas demain. Pas lorsque tout sera parfait. Maintenant. Son ambition va aujourd'hui bien au-delà du livre. Avec Les Ateliers de la Magicienne, Isabelle souhaite créer un véritable mouvement autour de la transformation et aider les femmes à reprendre leur pouvoir dans différentes sphères : le corps, le mental, les relations et l'autonomie financière.

La prochaine cohorte doit débuter le 13 octobre et s'étendre sur sept semaines consacrées à la croissance, à la transformation et à la libération.

Son objectif est clair : créer des programmes, des événements, des retraites et des communautés où les femmes peuvent évoluer ensemble, se soutenir et oser prendre leur place.

Les 7 thèmes qui seront abordés durant les 7 semaines :

- **Reprendre son pouvoir**
- **Le sucre et ses impacts**
- **Le stress et le système nerveux**
- **Le microbiote et la santé digestive**
- **Le sommeil**
- **Les émotions**
- **La santé financière**



BEA GLOW : LE BIEN-ÊTRE AU QUOTIDIEN

Cette approche globale du bien-être se reflète également dans les produits qu'Isabelle distribue, dont BEA Glow, devenu l'un de ses favoris du moment.

Elle apprécie notamment son approche multifonctionnelle et son intégration facile dans le quotidien, ainsi que les ingrédients associés à la beauté de l'intérieur et à la vitalité. Pour elle, recommander un produit implique d'abord de l'utiliser personnellement et de constater pourquoi elle aurait envie de le partager avec sa communauté.

UNE NOUVELLE DÉFINITION DU SUCCÈS

Avec les années, la conception du succès d'Isabelle a profondément évolué.

Autrefois davantage associée aux résultats, aux objectifs et à la reconnaissance, elle se définit aujourd'hui par la possibilité de se lever le matin et d'aimer la vie que l'on a créée.

Avoir du temps pour les gens qu'on aime, être en santé, continuer de grandir, voyager, créer, contribuer et choisir comment utiliser son temps : voilà ce qui compte désormais.

« Collectionner les succès sans avoir le temps d'en profiter... c'est un drôle de modèle d'affaires! »

NUMÉRO 1 MONDIAL : RÉUSSIR À DEUX

Cette philosophie prend une dimension particulière lorsqu'elle parle de sa réussite avec José. En 2025, le couple est devenu numéro 1 mondial chez Isagenix.

Derrière ce résultat, Isabelle insiste sur les années de travail, les doutes, les ajustements, les longues journées et surtout la constance.

Le couple a appris à travailler avec ses forces respectives, à se compléter plutôt qu'à chercher à fonctionner de la même manière. Une expérience qui, selon Isabelle, constitue aussi une véritable formation accélérée en communication.

Mais cette réussite ne repose pas uniquement sur la performance. Elle s'appuie sur la confiance, une vision commune, le respect des différences et la capacité à continuer d'avancer même lorsque tout n'est pas parfait.

Et derrière le classement, il y a aussi une équipe. Pour Isabelle, le véritable leadership ne consiste pas à être seule au sommet, mais à aider les autres à grandir, à croire en eux et à créer leurs propres résultats.

OSER CONDUIRE SA PROPRE VIE

Le message d'Isabelle aux personnes paralysées par leurs peurs est finalement à l'image de toute sa démarche : ne pas attendre que la peur disparaisse pour avancer.

La confiance vient souvent après l'action.

Une décision. Un appel. Une inscription. Une conversation. Il n'existe pas de « bon moment » parfait. Mais une année peut devenir complètement différente lorsque l'on commence aujourd'hui à prendre des décisions différentes. C'est précisément l'héritage qu'Isabelle souhaite laisser avec « Moi, la Magicienne » : rappeler à chaque femme qu'elle n'a pas besoin de devenir quelqu'un d'autre pour avoir une vie extraordinaire. Elle doit plutôt se libérer de ce qui l'empêche d'être pleinement elle-même.

« Pour moi, c'est là que la vraie magie commence. »

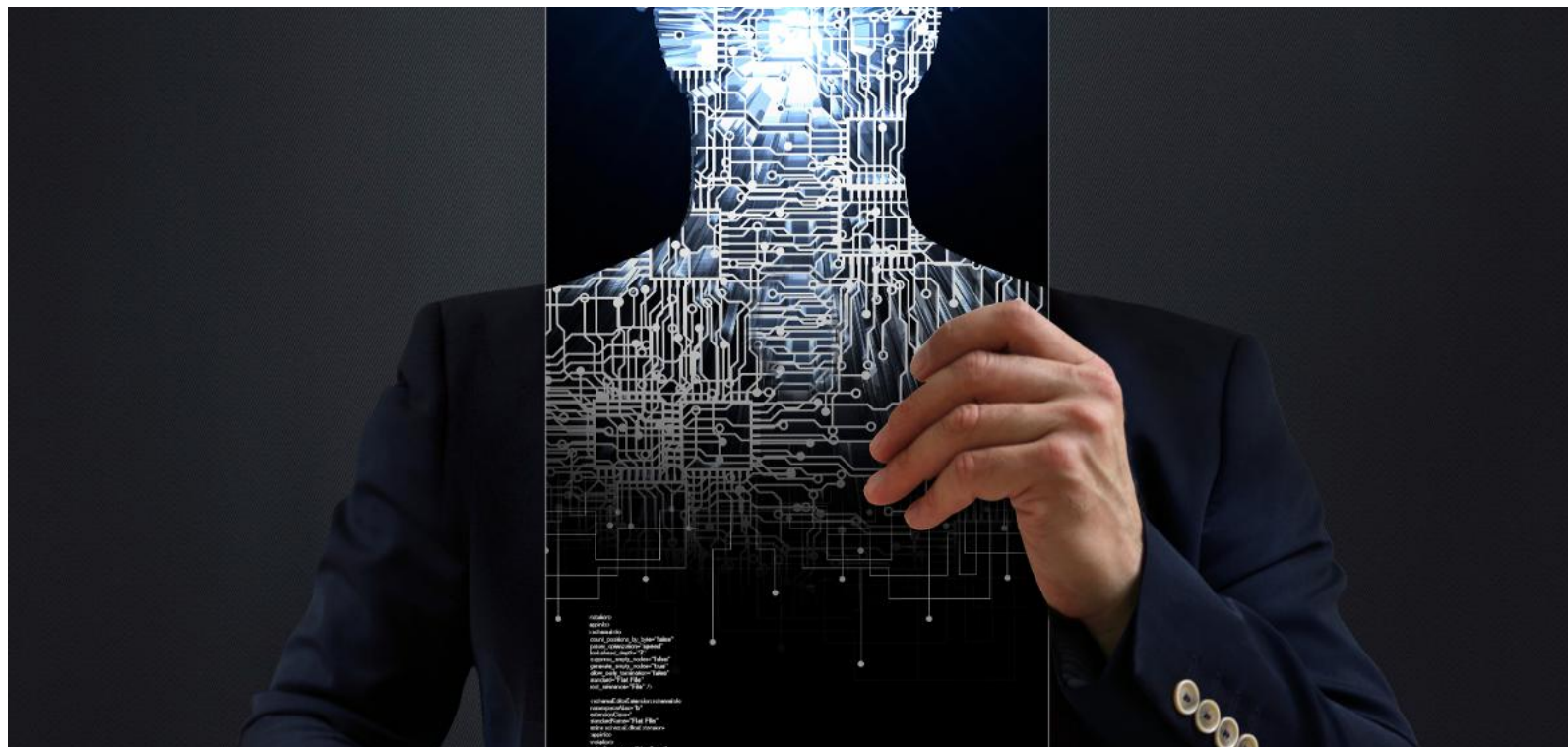
Isabelle et José sont actuellement à la recherche de personnes qui souhaitent développer avec eux une entreprise dans le domaine du mieux-être. Il s'agit d'une opportunité internationale qui peut être développée dans 26 pays, avec de nouveaux marchés en croissance.

Si cette avenue entrepreneuriale vous interpelle et que vous aimeriez en savoir davantage, n'hésitez pas à communiquer avec Isabelle et José au 438-800-4151





De l'idée au projet : comment une utilisation pertinente de l'IA permet de structurer l'action



Avoir une idée n'a jamais été aussi simple. Accès massif à l'information, exposition permanente à des initiatives inspirantes, multiplication des opportunités réelles ou perçues : l'idéation est devenue abondante. En revanche, transformer une idée en un projet structuré, cohérent et actionnable demeure une difficulté majeure. Le problème n'est pas le manque de créativité, mais l'absence de méthode. C'est précisément à ce niveau que l'intelligence artificielle, utilisée correctement, peut devenir un levier décisif.

Contrairement à certaines croyances, l'IA ne « crée pas un projet » à la place de la personne. Elle agit comme un outil de structuration cognitive, à condition d'être intégrée dans une démarche rigoureuse et progressive.



Présenté par **Jean-David Rezaioff**,
Co-Fondateur de **AGORALLIANCE**

CLARIFIER L'INTUITION AVANT DE CHERCHER DES SOLUTIONS

Une idée initiale est presque toujours floue. Elle mélange intuition personnelle, perception d'un besoin, projection désirée et parfois des biais non identifiés. L'un des premiers apports concrets de l'IA est d'aider à formuler clairement le problème réel : pour qui, dans quel contexte, et pourquoi ce problème mérite d'être traité.

En posant des questions structurantes et en obligeant à expliciter des hypothèses implicites, l'IA permet de passer d'un discours vague à une intention intelligible. Cette étape est fondamentale : sans clarification initiale, toute tentative de validation ou de développement repose sur des fondations instables.

DÉCOMPOSER LA COMPLEXITÉ POUR RENDRE L'ACTION POSSIBLE

Beaucoup de projets échouent à démarrer non par manque de potentiel, mais parce qu'ils sont perçus comme trop complexes. Une utilisation pertinente de l'IA permet de décomposer un projet en dimensions distinctes : proposition de valeur, bénéficiaires, usages concrets, ressources nécessaires, contraintes, risques et hypothèses clés.

Cette décomposition ne simplifie pas artificiellement la réalité ; elle la rend praticable. En travaillant sur une dimension à la fois, le porteur de projet progresse sans être paralysé par la vision globale. La structuration devient un processus continu, non un exercice théorique figé.

PASSER D'UNE IDÉE DÉFENDUE À DES HYPOTHÈSES TESTÉES

Un projet solide ne repose pas sur des convictions, mais sur des hypothèses explicites. L'IA peut aider à distinguer ce qui relève du fait, de l'intuition raisonnable ou de la simple croyance. Elle peut également suggérer des pistes de validation réalistes : entretiens qualitatifs, observation d'usages existants, comparaison avec des solutions similaires.

L'enjeu n'est pas de confirmer une idée à tout prix, mais de réduire l'incertitude avant d'investir massivement du temps, de l'énergie ou des ressources financières.

PRODUIRE DES LIVRABLES POUR SORTIR DU FLOU

Un projet commence réellement à exister lorsqu'il produit des éléments tangibles : une formulation claire, un schéma logique, un scénario d'usage, un premier plan d'actions. L'IA peut soutenir cette phase en facilitant la mise en forme, la synthèse et la hiérarchisation des idées.

Ces livrables ne sont pas des fins en soi. Ils servent à penser, à dialoguer et à décider. Ils permettent surtout de sortir du registre de l'intention pour entrer dans celui de l'engagement.

UNE CONDITION NON NÉGOCIABLE : LA RESPONSABILITÉ HUMAINE

L'IA n'élimine pas la responsabilité du porteur de projet. Elle ne choisit pas à sa place, ne renonce pas pour lui et n'assume aucune conséquence. Son efficacité dépend entièrement de la posture adoptée : utilisée comme un oracle, elle affaiblit l'autonomie ; utilisée comme un outil d'aide à la décision, elle la renforce.

Structurer un projet reste un acte profondément humain.

*Cette approche
méthodologique est aujourd'hui
mise en œuvre par
AGORAlliance à travers son
nouvel outil **AGO Ideation.IA**,
conçu pour accompagner pas à
pas les porteurs de projet dans
le passage de l'idée à un projet
structuré, cohérent et
actionnable.*

AGOldéation.IA | AGORAlliance





Crédit photo MMSO Photographe

GENEVIÈVE LABRECQUE

Quand l'événementiel devient un art de créer du lien, même dans les moments les plus importants de la vie

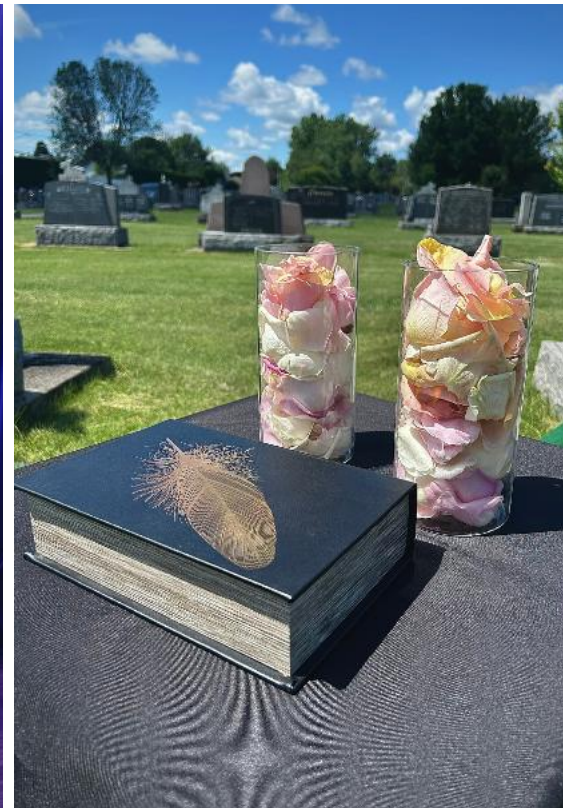
Avec Solution Traits d'union, elle accompagne les entreprises dans l'organisation d'événements où chaque détail compte et où les relations humaines deviennent le véritable moteur du succès.

Dans l'univers de l'événementiel, certains détails passent inaperçus lorsqu'ils sont bien exécutés. Un accueil fluide, un son impeccable, une salle parfaitement aménagée, des intervenants qui savent exactement quoi faire au bon moment : derrière cette apparente simplicité se cache pourtant une préparation considérable.

C'est précisément dans cet espace, entre anticipation, coordination et présence humaine, que Geneviève Labrecque a choisi de faire sa marque avec Solution Traits d'union.

Le nom de son entreprise résume d'ailleurs parfaitement sa philosophie. « Le trait d'union représente cette connexion que j'établis entre mes clients, leurs besoins, leurs partenaires et leurs objectifs », explique-t-elle.

Le mot « Solution » n'est pas choisi au hasard non plus. Après plus de 15 ans dans l'événementiel, Geneviève a développé un réflexe : devant un imprévu, trouver calmement une avenue plutôt que s'attarder au problème.



L'ÉVÉNEMENTIEL AU SERVICE DES OBJECTIFS

Pour Geneviève, organiser un événement ne consiste jamais simplement à réserver une salle, choisir un traiteur ou gérer un horaire. Un événement doit d'abord répondre à une intention.

Mobiliser des employés, renforcer une culture organisationnelle, fidéliser des clients, accroître la notoriété d'une marque ou créer des occasions d'affaires : chaque décision doit contribuer à l'objectif recherché.

« La logistique est essentielle, mais elle n'est qu'un outil au service de la stratégie », souligne-t-elle. L'expérience vécue par les participants devient alors aussi importante que l'organisation elle-même. L'accueil, la fluidité, le sentiment de bien-être et la qualité des communications peuvent déterminer la perception globale d'un événement.

Parmi les éléments souvent négligés, Geneviève insiste notamment sur l'accueil et la qualité du son. Un participant qui ne sait pas où aller ou qui peine à entendre un conférencier décroche rapidement. Pour elle, ces détails « invisibles » participent directement à l'expérience et à l'atteinte des objectifs de communication.

UNE ENTREPRENEURE QUI CROIT À LA « ZONE DE GÉNIE »

L'idée de Solution Traits d'union est née d'un rêve longtemps repoussé : celui de devenir entrepreneure.

La peur de l'échec et le désir d'avoir tout parfaitement préparé avant de se lancer ont longtemps freiné Geneviève. C'est finalement la reprise des activités après la pandémie qui lui a donné l'élan nécessaire pour transformer son expérience en entreprise.

Son constat était clair : de nombreuses organisations tentent de gérer leurs événements à l'interne pour réduire leurs coûts, mais cette décision peut rapidement surcharger les équipes des ressources humaines, des communications, du marketing ou de l'administration.

« L'organisation d'événements est une expertise à part entière », rappelle-t-elle.

Son rôle n'est toutefois pas nécessairement de remplacer les équipes internes. Elle peut plutôt devenir une extension de celles-ci, en prenant en charge une partie ou la totalité du projet et en permettant aux employés de rester concentrés sur leurs responsabilités principales.

Cette philosophie tient en une expression qu'elle affectionne particulièrement : « chacun dans sa zone de génie »

ANTICIPER CE QUE PERSONNE NE VOIT

Une grande partie du travail de Geneviève se déroule avant même que les invités arrivent.

Analyser les scénarios possibles, identifier les risques, prévoir des plans B, coordonner les fournisseurs et s'assurer que chacun connaît son rôle : l'anticipation constitue pour elle l'une des clés d'un événement réussi.

Et lorsqu'un imprévu survient malgré tout, l'expérience prend le relais.

Sa trousse d'urgence en est une illustration presque anecdotique, mais révélatrice : fil et aiguille, premiers soins, rallonges, outils et autres accessoires indispensables. Elle raconte même avoir déjà réparé en urgence le pantalon déchiré d'un conférencier quelques minutes avant son entrée sur scène. Pour le participant, rien ne s'est passé. Pour la professionnelle derrière les coulisses, c'est justement la preuve que le travail a fonctionné.



Crédit photo MMSO Photographe

DE L'ÉVÉNEMENT CORPORATIF AUX CÉLÉBRATIONS DE LA VIE

Cette volonté d'accompagner les gens dans des moments importants prend aujourd'hui une nouvelle dimension avec l'ajout d'un service destiné aux particuliers : l'accompagnement dans l'organisation de cérémonies funéraires et de célébrations de la vie.

Dans ces circonstances, les familles doivent composer avec une charge émotionnelle importante tout en ayant à prendre une multitude de décisions et à gérer de nombreux détails pratiques.

Geneviève propose alors de prendre en charge l'organisation et la coordination de l'événement afin de permettre aux proches de se concentrer sur ce qui compte véritablement : accueillir la famille et les amis, recevoir les témoignages de sympathie et vivre leur moment de recueillement.

Son intervention peut couvrir l'ensemble des aspects logistiques : commande des fleurs, création de montages vidéo à partir des photos de la personne honorée, coordination des différents intervenants, tests techniques préalables, aménagement et démontage de la salle, gestion du traiteur ainsi que les achats et impressions nécessaires à la cérémonie.

Elle peut également assurer la liaison avec le célébrant afin de transmettre les attentes de la famille et de contribuer au bon déroulement de la cérémonie.

L'objectif reste le même que dans l'événementiel corporatif : anticiper, coordonner et être présente lorsque cela compte.

Mais ici, la dimension humaine prend une importance particulière. Chaque accompagnement est adapté aux souhaits et aux besoins de la famille, dans le respect de la singularité du moment.

L'ÉCORESPONSABILITÉ COMME VALEUR D'ENTREPRISE

Chez Solution Traits d'union, l'expérience ne se limite pas à l'efficacité. L'écoresponsabilité occupe également une place importante dans la vision de Geneviève.

Elle a notamment créé Badge-moi!, une sous-marque proposant des badges aimantés personnalisés et réutilisables, conçus et imprimés au Québec. L'objectif : offrir une alternative aux cocardes et autocollants à usage unique, tout en facilitant le réseautage grâce à une option de code QR permettant d'accéder à un profil LinkedIn, une page Facebook ou un site internet, etc.

PROFITEZ DÈS MAINTENANT DE L'OFFRE EXCLUSIVE

Badge-moi vous offre un badge au coût de **13.99\$** au lieu de 15.99\$ (Rég.) **jusqu'au 15 nov. 2026.**

Rendez-vous au **badge-moi.com**

Ajouter le code promo : **Inspire**

L'ÉVÉNEMENTIEL DE DEMAIN : PLUS STRATÉGIQUE, PLUS HUMAIN

Pour Geneviève Labrecque, l'avenir de l'événementiel ne réside pas dans la multiplication des événements, mais dans leur pertinence.

Les organisations devront démontrer pourquoi elles organisent un événement, ce qu'elles souhaitent générer et quels résultats elles espèrent obtenir. Les participants, de leur côté, rechercheront davantage d'authenticité, de fluidité, de qualité et de sens.

L'écoresponsabilité continuera également de gagner en importance, tout comme la mesure des retombées : engagement, relations créées, occasions d'affaires et atteinte des objectifs.

Cette vision rejoint profondément sa conception de l'entrepreneuriat : déléguer n'est pas simplement abandonner une tâche. C'est faire appel à une expertise capable d'apporter un regard extérieur, de challenger les décisions et de recentrer un projet sur ce qui créera réellement de l'impact.

« Je vois chaque mandat comme un véritable partenariat. Le succès de l'événement est tout aussi important pour moi que pour mes clients. »

Qu'il s'agisse de réunir des employés, des partenaires d'affaires, des clients ou une famille autour d'une personne honorée, Geneviève Labrecque défend finalement la même conviction : lorsque les bons détails sont pris en charge, les personnes peuvent se consacrer pleinement à l'essentiel.

Et c'est peut-être là, au fond, la véritable mission de Solution Traits d'union : créer le lien, porter la logistique et transformer chaque événement en une expérience où l'humain retrouve toute sa place.



Geneviève Labrecque
C. 514 267-4321
info@solutiontraitsdunion.com
solutiontraitsdunion.com





QUAND PERSONNE NE VIENT À VOTRE KIOSQUE : TRANSFORMER UN FIASCO COMMERCIAL EN OCCASION D'AFFAIRES



Par Mathieu Alarie, fort de plus de 20 ans d'expérience et de plus de 1 000 entreprises accompagnées, Mathieu Alarie intervient auprès de dirigeants et d'organisations dans leurs enjeux de croissance, de développement des marchés et de gouvernance, dans des contextes variés, à travers différents pays, cultures et industries.

Début mai, je suis dans un salon, à Charlottesville, en Virginie, où j'accompagne une entreprise de Montréal qui y identifie de nouveaux clients et tente de se rapprocher de clients existants. Une petite équipe a été déléguée ici, dans cette élégante ville universitaire de Virginie. Il fait un temps magnifique, printanier, qui nous rend tous heureux, nous qui sortons de l'hiver montréalais. Notre stand est bel et bien arrivé, l'équipe le monte avec l'adresse des habitués. Chacun enfile sa chemise sur laquelle est soigneusement brodé le logo de l'entreprise. Et nous sommes prêts à accueillir la foule qui se présentera certainement à notre stand. Des discours sont prononcés, il y a beaucoup d'applaudissements, le ruban de l'inauguration du salon est coupé... Le salon est officiellement ouvert. Puis, c'est le désert...

Malgré la présence de centaines et de centaines de délégués, personne... absolument personne ne se présente à notre stand. Les heures s'écoulent lentement... Les membres de l'équipe réunis sur le stand se regardent les uns les autres, avec un peu d'étonnement et une déception croissante. Tout cet argent dépensé en vain. Une semaine de travail perdue. Un vrai fiasco. Ce sont les pensées qui nous assaillent, le moral tombe au plus bas! Intérieurement, je sacre. Ce n'est pas que le salon n'accueille personne, c'est surtout que notre stand est mal situé, loin de l'action. De plus, nous avons pris la peine de prendre contact avec quelques dizaines de personnes, dans les semaines précédant le salon, les invitant à passer nous rencontrer.

Les gens ne se rendent pas jusqu'à nous. Et ceux qui passent devant notre kiosque ne s'y arrêtent pas. Consternation, frustration. Je suis là pour soutenir l'entreprise. Mon rôle est pluriel et, dans ce genre de situation, je me sens responsable de trouver des solutions. Conséquemment, je m'assois, réfléchis. Je n'ai pas de solution. En fait, je ressens un vide, ne sachant pas trop par où prendre le problème. Dans ces situations, quand je n'ai pas de solution évidente sous la main, j'essaie de m'en remettre à deux techniques :

1. Ai-je déjà entendu parler d'une situation semblable? Quelle solution a été mise de l'avant?
2. Est-ce qu'un modèle théorique peut aider à mieux comprendre la situation, l'analyser?

J'essaie donc de me concentrer sur l'expérience. Et je pense finalement à Marilyn, entrepreneure du secteur culturel et créatif que j'accompagne et qui a réussi à transformer ses salons en retentissant succès. Je révise mentalement sa recette, me souvenant que ses premiers salons avaient été difficiles.

SA RECETTE TIENT EN QUATRE POINTS :

1. Marilyn est un véritable rayon de soleil. Elle incarne la bonne humeur, la gentillesse. Son attitude inspire et invite.
2. Dans les salons, elle qui n'est pas particulièrement extravertie, elle a l'habitude de se planter dans le milieu de l'allée et d'interpeler les gens. À coups de gentillesse, de sourires et d'humour. Les gens lui rendent ses sourires et engagent la conversation. Marilyn les amène tranquillement à porter attention à son stand.
3. Elle se donne des objectifs. Par exemple : dans la prochaine heure je dois engager la conversation avec 5 nouvelles personnes.
4. Et comme elle prend souvent des commandes sur place pour ses œuvres, elle compte ses recettes, mesure la progression.

Et ça marche.

Marilyn est inspirante. Maintenant que j'ai l'inspiration, je pense aux modèles qui peuvent venir à notre rescousse.

Je pense au parcours client. Chaque client, immanquablement, va passer par 4 étapes dans sa relation avec son fournisseur. Il doit d'abord prendre conscience que le fournisseur existe. En deuxième étape, il doit évaluer si ce que le fournisseur lui offre convient à ses besoins. Ce n'est qu'ensuite, en troisième étape, qu'une première transaction pourra potentiellement avoir lieu. Et finalement, si l'achat remplit effectivement ses promesses, il pourra y avoir de nouvelles transactions. C'est la quatrième étape, l'étape ultime : la fidélisation!

À ce salon, les gens nous connaissent peu. Il faut donc travailler la notoriété et s'assurer que les clients s'engagent, sans nécessairement conclure, dans un processus d'évaluation. Je partage donc avec l'équipe ces réflexions et on décide de passer en mode « chasseur ». On sort donc de notre kiosque et on parcourt les allées – Marilyn Style – en engageant la discussion avec les gens.

Et la magie opère! Piqué de curiosité, comprenant que nous pouvons offrir une solution alternative, les gens veulent en apprendre plus! On parle de nos produits, de notre approche unique. On valide avec les clients qu'ils sont intéressés à en savoir plus. Et on met fin à la conversation quand ils acceptent qu'on prenne rendez-vous avec eux dans les prochains jours pour une présentation complète. On ne vend rien sur le champ, mais on s'assure de franchir un pas important : se faire connaître et faire en sorte que les clients s'engagent à nous évaluer, nous et nos produits.

Étape 1 (notoriété) = franchise

Étape 2 (évaluation) = amorcée

On passera éventuellement à **l'étape 3, celle de la conversion**. On avance donc pas à pas, dans la bonne direction. Les heures passent et on répète la formule. 5 clients. 10 clients. 15 clients. Et ainsi de suite. Au bout de deux jours, nous aurons parlé à des dizaines de clients potentiels, programmé des dizaines de présentations. Nous sortons finalement de la semaine, heureux, et surtout avec du travail pour les prochaines semaines. Nos objectifs sont atteints. Merci Marilyn, merci au modèle du parcours client. La prochaine étape sera celle des suivis et elle est capitale. Si nous faisons bien nos suivis, les retombées seront phénoménales, menant à des centaines de milliers de dollars de ventes. En cas contraire, là, non seulement nous aurons perdu notre temps en allant à ce salon, mais en plus, tous les clients potentiels auront une idée négative de notre entreprise, puisqu'on n'a pas fait les suivis qu'on s'était engagés à faire.

LES CLÉS DU SUCCÈS :

1. Se doter d'objectifs clairs. Non pas vouloir conclure toutes les ventes tout de suite, mais plus simplement franchir des pas décisifs en prévision d'une éventuelle vente.
2. Se poser les bonnes questions, plutôt que de s'apitoyer. Et le faire dans la bonne humeur.
3. S'assurer de faire les suivis. C'est en fait l'étape cruciale.



ALEXIS NANTÉL, maire de la ville de Saint-Charles-Borromée

1. UNE VISION POUR LA VILLE

Depuis votre arrivée à la tête de Saint-Charles-Borromée, quelle vision guide le développement de la ville et quelles sont vos grandes priorités pour les prochaines années ?

Saint-Charles-Borromée a une identité unique, marquée par sa population intergénérationnelle, où cohabitent des jeunes familles et des citoyens aînés qui représentant plus de 50 % de la population. Cette richesse humaine est une force qui peut nous permettre de devenir la capitale de l'intergénérationnel du Québec.

Mais mon ambition première reste celle de devenir la « perle verte de Lanaudière ».

Faire de Saint-Charles-Borromée une ville qui respire et qui inspire... C'est à dire d'adapter et parfois de réaménager le territoire pour affronter les changements climatiques, protéger nos boisés, devenir un modèle de mobilité active. La troisième de mes visées est en lien avec notre pôle d'expertise. Oui, parce que nous sommes identifiés « pôle santé de la MRC », grâce à la présence du centre hospitalier, mais aussi de toutes les cliniques spécialisées, la Maison des aînés, le Centre d'hébergement Sylvie-Lespérance, le Centre d'excellence en santé de Lanaudière, le Pavillon de soins palliatifs et de fin de vie et même le Centre d'amitié autochtone de Lanaudière. Toutes ces expertises nous permettent de nous positionner comme un modèle de santé globale, laquelle devient un pilier de développement et d'attractivité.

2. UNE VILLE ATTRACTIVE POUR LES ENTREPRENEURS

Les entrepreneurs recherchent aujourd'hui des milieux de vie dynamiques et favorables aux affaires. Qu'est-ce qui distingue Saint-Charles-Borromée et en fait une ville attrayante pour entreprendre et investir ?

Sur le plan économique, Saint-Charles-Borromée vit un essor enviable depuis déjà quelques années en matière de développement domiciliaire. Les nombreuses mises en chantiers ont généré une croissance démographique sans précédent, évalué à près de 23 % en 10 ans. Les chiffres parlent d'eux-mêmes :

- **2 500 nouveaux logements depuis 2020**
- **51 nouvelles entreprises depuis 2020**

Crédit de toutes les photos de cet article
Marie-Ève Rompré



- **17 nouveaux commerces uniquement en 2025**
- **1 nouvelle école secondaire à la rentrée 2026**
- **200 M\$ en investissements privés**
- **1 nouvelle école primaire à venir en 2028**

On souhaite maintenant poursuivre cette croissance de manière plus réfléchie. En imaginant des quartiers qui accueillent des commerces de proximité, comme le Carré St-Charles. Ce secteur sera un modèle d'écoquartier au Québec, où tout va pouvoir se faire à pied... avec fils enfouis, gestion des eaux de pluie, biodiversité. Et si on parle des autres quartiers déjà bien établis, on vit déjà ce qui nous distingue : une nature omniprésente, des grands parcs vivants, des enfants qui grandissent en toute sécurité et des aînés qui trouvent leur place. Ce cadre de vie attire les nouveaux ménages, c'est certain!

...devenir la « perle verte de Lanaudière »

Entrevue spéciale: **ALEXIS NANTEL**, maire de la ville de Saint-Charles-Borromée

Depuis qu'on a franchi le cap des 15 000 habitants, on voit un effet d'entraînement très positif. Il y a davantage de développement résidentiel, bien sûr, mais aussi une bonification de l'offre commerciale avec l'arrivée de nouveaux commerces de proximité qui viennent répondre aux besoins de la population. Plus la ville grandit, plus les services se développent.

Et plus les services sont accessibles et diversifiés, plus ils attirent de nouvelles familles, de nouveaux commerces et de nouveaux investissements. C'est un cercle vertueux.



3. DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET QUALITÉ DE VIE **L'un des défis des municipalités est de concilier** **croissance économique et qualité de vie. Comment** **votre administration parvient-elle à maintenir cet** **équilibre ?**

Vous avez raison. L'équilibre entre croissance et qualité de vie doit être maintenu.

Pour continuer à offrir ce cadre de vie favorable, la Ville doit maintenir le cap sur des principes-clés, notamment en matière d'urbanisme. La hauteur des bâtiments doit demeurer raisonnable, les boisés doivent être protégés, les accès à la rivière doivent être bonifiés et améliorés, les abords des écoles doivent être sécurisés et les rues apaisées.

Une ville où l'on grandit mieux, où l'on circule plus facilement, où l'on respire un air plus pur et où l'on pratique un sport à moindre coût ou gratuitement... c'est ce qui nous permet maintenir la ville à dimension humaine.

Mais ce maintien du cadre de vie charlois exige d'investir dans nos équipements de loisirs, dans nos parcs et dans nos infrastructures urbaines. Et cet équilibre est rendu possible si et seulement si on mise sur une stratégie d'investissement maîtrisée et planifiée sur le long terme. Faire avancer la ville en gardant les deux pieds sur terre, avec des projets durables et financés de manière saine.

Lisez l'intégralité de cette entrevue sur le site
www.lesuccesinspire.ca



SOLUTIONS DE MAMIE

*Quand 36 ans d'expérience deviennent
une force entrepreneuriale*

Et si entreprendre après 55 ans permettait de donner une nouvelle vie à tout ce que l'on a appris?

Après plus de 36 ans au gouvernement fédéral, Monique Côté aurait pu choisir la retraite. Elle a plutôt décidé de rester active et de mettre son expérience au service des familles et des entrepreneurs.

À la tête de Solutions de Mamie, elle accompagne ses clients dans leurs défis administratifs et financiers avec une approche simple : écouter sans juger, expliquer clairement et trouver des solutions adaptées.

« ON A TOUS BESOIN D'UNE MAMIE »

Le nom de l'entreprise est né d'une phrase d'Eric Pichette, président de GR International :

« On a tous besoin d'une Mamie dans la vie. »

Le nom évoque une présence rassurante, expérimentée et bienveillante. D'abord appelée « Mamie Virtuelle », l'entreprise est devenue Solutions de Mamie lorsque son offre s'est élargie.

Aujourd'hui, « Mamie » représente la confiance, la proximité et l'expérience.

NE PAS RECOMMENCER À ZÉRO

Ses 36 années au gouvernement fédéral lui ont permis de développer rigueur, organisation, confidentialité et capacité à gérer des situations complexes.

En devenant entrepreneure, Monique a dû apprendre à prendre ses propres décisions et à bâtir sa structure. Mais elle ne partait pas de zéro.

« J'ai simplement utilisé toute mon expérience dans un nouveau contexte. »



Son parcours démontre que l'expérience accumulée peut devenir un véritable capital entrepreneurial.

ENTREPRENDRE APRÈS 55 ANS : UNE NOUVELLE ÉTAPE, PAS UNE FIN

Après sa retraite, Monique a continué de se former et est devenue conseillère en sécurité financière. Elle a ensuite découvert une nouvelle façon d'aider les entrepreneurs.

Elle savait qu'elle aimait organiser, expliquer et résoudre des problèmes.

Pour elle, entreprendre après 55 ans ne signifie pas recommencer, mais avancer avec plusieurs décennies d'expérience et encore beaucoup à offrir.

Les chiffres ne devraient jamais faire peur



Chez Solutions de Mamie, les finances sont abordées avec humanité.

Impôts, dettes, budgets ou comptabilité désorganisée : derrière chaque dossier se trouve une personne parfois inquiète ou dépassée. Monique commence donc par écouter, comprendre et remettre de l'ordre progressivement.

« On ne peut pas changer les décisions passées, mais on peut presque toujours clarifier la situation et bâtir une solution pour la suite. »

Elle rappelle aussi que **chiffre d'affaires et profit ne sont pas synonymes**. Une entreprise peut être très occupée sans être réellement rentable.

LE DÉSORDRE FINANCIER COMMENCE SOUVENT PAR L'ÉVITEMENT

Selon Monique, le problème vient souvent du fait de repousser le moment de regarder ses finances.

Les reçus s'accumulent, les comptes sont négligés et les obligations fiscales deviennent urgentes.

Sa recommandation : réserver chaque mois une heure aux finances pour vérifier les revenus, les dépenses, les comptes à recevoir et à payer, ainsi que le profit réel.

Une heure de rigueur peut éviter plusieurs journées de panique.

ÊTRE BON DANS SON MÉTIER NE SUFFIT PAS

Beaucoup d'entrepreneurs maîtrisent leur métier, mais moins bien la gestion de leur entreprise.

Comptabilité en retard, prix mal calculés, mélange des comptes personnels et professionnels ou incapacité à connaître le profit réel sont des signes fréquents.

La meilleure décision qu'un entrepreneur peut prendre est de demander de l'aide ou des conseils dès la création de leur entreprise. Et régulièrement par la suite afin de garder le cap sur leurs objectifs.

DERRIÈRE CHAQUE CHIFFRE, UNE PERSONNE

Pour Monique, un chiffre n'existe jamais seul. Derrière un budget ou une dette, il y a une personne, une famille et des préoccupations.

Son rôle est de comprendre la situation globale, de clarifier les prochaines étapes et d'orienter ses clients vers les bonnes ressources lorsque nécessaire.

Sa force consiste à **mettre de l'ordre dans le brouillard**.

La véritable réussite: Transmettre

Préparation de la relève

Au-delà des dossiers, Monique souhaite transmettre une façon d'accueillir les clients, de les écouter sans les juger et de leur proposer des solutions adaptées.

Les nouveaux clients sont progressivement confiés à Roxy et Isabelle. Une partie de la clientèle de Monique leur a également été transférée.

Un jour sa fille Roxy prendra la relève. Pour l'instant, Monique souhaite continuer. Monique souhaite continuer à contribuer pour les dossiers complexes, le mentorat et certaines décisions importantes.

UNE CROISSANCE QUI NE SACRIFIE PAS L'ESSENTIEL

Monique ne cherche pas à croître à tout prix. Elle privilégie une croissance saine, fondée sur des prix justes, des procédures claires, une équipe autonome et une qualité de service constante.

Son objectif n'est pas seulement de bâtir une entreprise rentable, mais une entreprise capable de continuer sans dépendre d'elle.

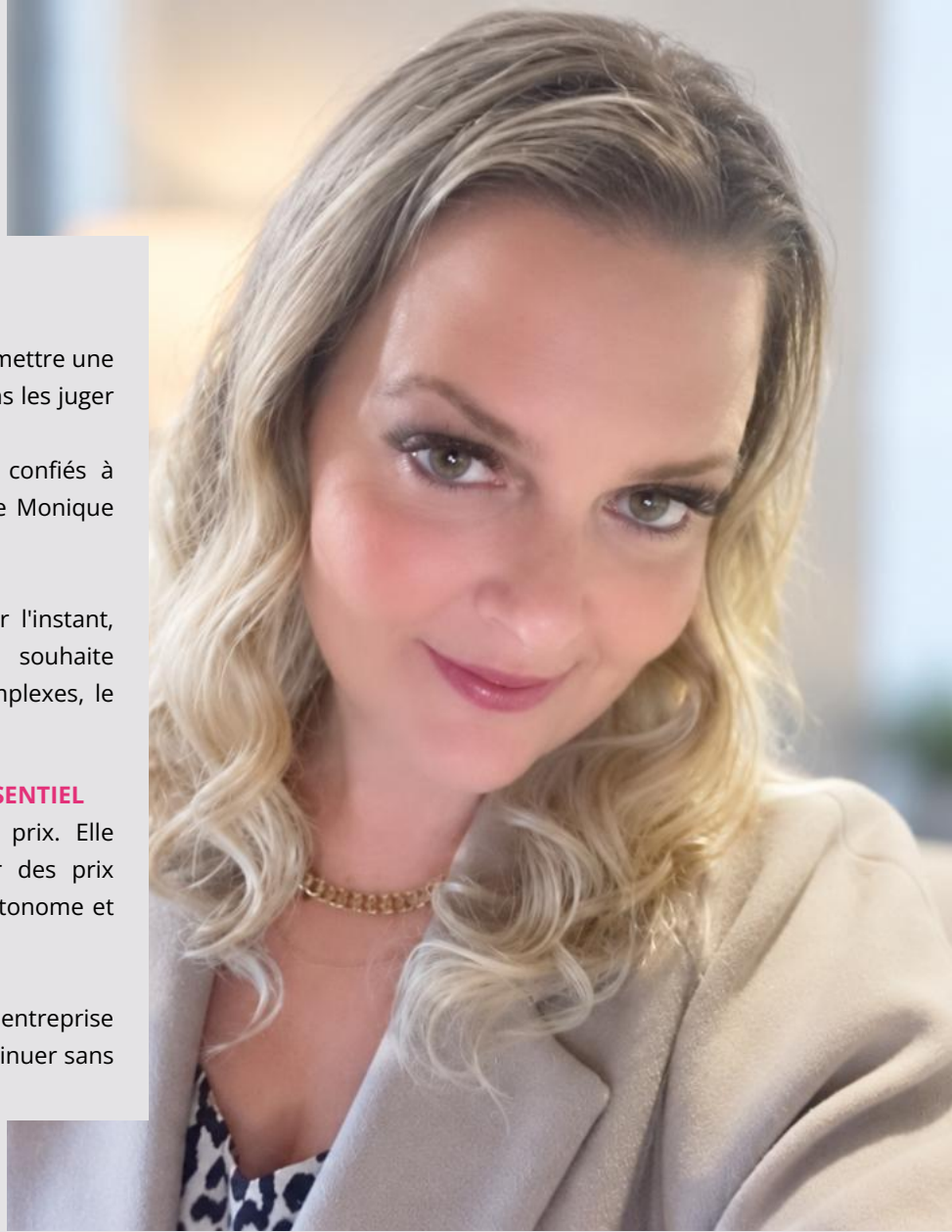
LE CONSEIL DE « MAMIE »

Monique conseille aux entrepreneurs de connaître leurs chiffres dès le départ.

Il faut connaître ses coûts, son temps de travail, ses dépenses, sa marge et son profit réel.

« Le chiffre d'affaires peut flatter ; le profit, lui, raconte la réalité. »

SON PARCOURS LE DÉMONTRE : IL N'EST JAMAIS TROP TARD POUR TRANSFORMER SON EXPÉRIENCE EN VALEUR POUR LES AUTRES.



Le livre de Mamie sur l'entrepreneuriat sortira cet automne et un lien sera ajouté sur le site web pour faciliter l'achat lorsque disponible.

www.solutionsdemamie.com



Ascendante ou descendante : l'approche qui manquait

Pendant des années, j'ai lu les livres, fait les exercices, travaillé mes croyances, essayé les pratiques de manifestation qui semblaient fonctionner pour tout le monde autour de moi. Certaines choses ont aidé. Mais rien n'expliquait pourquoi je ne réussissais pas. On m'a même fait sentir coupable de ne pas réussir à manifester les résultats censés suivre naturellement si mon mindset était « correct ».

Mon premier tournant a été physique : un problème de foie a forcé une remise en question de mon alimentation, ce qui m'a poussée à faire plus d'exercice. Cette combinaison a changé ma clarté cognitive et mon énergie d'une façon qu'aucun recadrage n'avait jamais touchée. Mon corps n'était pas séparé de ma capacité à penser, ressentir et entrer en relation. Il en était le substrat.

Puis sont venus les ancrages intellectuels. The Myth of Normal du Dr Gabor Maté m'a enseigné ce qu'avait réellement été ma dépression : non pas un trouble de l'humeur à gérer, mais une réponse à des besoins non satisfaits. Wisdom Codes de Gregg Braden, fondé sur la recherche du HeartMath Institute sur la cohérence cœur-cerveau, m'a apporté une pratique quotidienne d'accès à un état interne régulé. Le travail de Dr Apigian sur la biologie du système nerveux a été la dernière couche, et l'engagement le plus direct avec le stress accumulé dans mon corps.

Le résultat : les fameuses pratiques de manifestation ont enfin commencé à fonctionner. Pas parce que l'univers avait changé, mais parce que l'état interne depuis lequel j'opérais avait changé. Mon système nerveux ne tournait plus en réponse de menace chronique, mon identité avait changé, et les schémas relationnels qui m'isolaient ont commencé à se dissoudre. Ce changement se ressent de l'intérieur et devient une expérience différente de relation avec les autres et avec sa propre capacité.

UNE QUESTION QUI MÉRITE QU'ON S'Y ARRÊTE

Les fondateurs qui ont fait un travail de mindset sérieux et qui se retrouvent quand même face aux mêmes problèmes relationnels n'ont peut-être pas besoin d'une meilleure stratégie, mais d'explorer : de quelle couche est-ce que j'opère, et la fondation est-elle assez solide pour porter ce que j'essaie de construire par-dessus ? Le corps répond avant l'esprit. Pour les fondateurs prêts à écouter à ce niveau, le travail qui ne fonctionnait jamais tout à fait commence souvent à bouger.



ANNIE CARBONNEAU
Coach Holistique

Ce que j'ai fini par découvrir, c'est que ce n'était pas une meilleure stratégie de mindset qui me manquait. C'était une couche entière de l'équation : le corps. Et une fois que j'ai compris la différence entre les approches descendantes et ascendantes, des années de confusion ont commencé à prendre sens.

Le coaching pour entrepreneurs s'est longtemps concentré sur l'esprit : changer la croyance, changer le comportement, faire croître l'entreprise. Les méthodes descendantes fonctionnent bien pour une bonne partie des fondateurs. Mais pour ceux qui vivent un épuisement émotionnel, une dysrégulation chronique ou des ruptures relationnelles qu'aucun recadrage mental n'a su toucher, la couche manquante est rarement une nouvelle stratégie. C'est le corps.

En tant que coach de relation sensible au trauma pour entrepreneurs, je crois que comprendre la différence entre coaching descendant et ascendant est l'une des choses les plus utiles qu'un fondateur puisse apprendre.

CE QU'EST LE COACHING TOP-DOWN, ET OÙ IL FONCTIONNE

Le coaching top-down part de l'esprit : croyances, identité, langage, objectifs, décision consciente. L'hypothèse : changer la façon de penser d'un fondateur changera sa façon d'agir, ce qui changera ce qu'il construit. Cette approche est efficace dans une large part du travail de coaching pour recadrer une croyance limitante, restructurer une identité d'« opérateur » vers « PDG », ou gagner en clarté et en direction.

La limite du coaching descendant n'est pas qu'il a tort, mais qu'il présuppose que le système nerveux est une toile de fond neutre, une plateforme stable depuis laquelle une pensée claire et un nouveau comportement peuvent simplement être choisis. Pour les fondateurs sous stress chronique, cette hypothèse ne tient pas.

CE QU'EST LE COACHING ASCENDANT, ET POURQUOI LE CORPS EST IMPLIQUÉ

Le coaching ascendant part du corps. Plutôt que de passer par la pensée consciente pour influencer l'état physique, il passe par l'état physique pour créer les conditions dans lesquelles une nouvelle pensée devient possible. Cette distinction existe aussi en thérapie : les approches descendantes et ascendantes y coexistent, et les personnes qui suivent une thérapie peuvent, elles aussi, bénéficier des deux méthodes combinées.

La distinction compte parce que le système nerveux ne prend pas immédiatement ses instructions du cortex préfrontal lorsqu'il perçoit une menace. Quand le système d'un fondateur fonctionne sous une charge de stress chronique — des années à tout porter seul, mal dormir, manger irrégulièrement, peu bouger — le corps n'est pas une toile de fond neutre. C'est une contrainte active sur ce qui est cognitivement et relationnellement possible. Une étude publiée dans Nature Reviews Neuroscience (Cryan & Dinan, 2012) a établi que le microbiote intestinal influence directement la fonction cérébrale et le comportement via l'axe intestin-cerveau, ce que confirme une revue ultérieure dans Nature Reviews Microbiology (Morais, Schreiber & Mazmanian, 2021). Pour les fondateurs, ce n'est pas de la biologie abstraite : c'est un lien direct entre ce qu'ils mangent et leur capacité à penser clairement et à se réguler sous pression. Le sommeil, l'exercice et la lumière du soleil suivent la même logique — ce sont des intrants du système qui traite chaque décision et chaque échange relationnel.

La Dr Aimie Apigian, médecin et chercheuse en biologie du trauma, travaille exactement à cette intersection : son cadre s'attaque au stress physiologique accumulé sur des années de fonctionnement à haute pression. Le corps, dans son cadre comme dans mon expérience, n'est pas un problème à gérer. C'est le point de départ.

POURQUOI LES DEUX APPROCHES SONT NÉCESSAIRES, ET POURQUOI L'ORDRE COMTE

La question n'est pas laquelle des deux approches est correcte; c'est « quelle couche doit être adressée en premier, et que devient possible une fois que c'est fait ». Le coaching descendant appliqué à un système nerveux dysrégulé produit souvent de l'introspection sans ancrage : le fondateur comprend le schéma, peut nommer la croyance, quitte la séance avec de la clarté — et retourne au même comportement en quelques jours. Ce n'est pas un échec de la méthode, c'est le signal que la fondation physique et nerveuse n'a pas encore été construite. À l'inverse, le travail ascendant sans travail identitaire produit souvent de la régulation sans direction : le fondateur se sent mieux, dort mieux, mais la blessure identitaire et le schéma relationnel restent intacts.

La sécurité physiologique est un préalable pratique du coaching : un fondateur qui ne peut pas se réguler sous stress ne peut pas pleinement incarner un travail au niveau identitaire.



ÇA N'A PAS COMMENCÉ AVEC LA THÉORIE

Ma compréhension que les deux couches sont nécessaires n'est pas venue de la théorie d'abord, mais de ma propre vie. Pendant des années, j'ai travaillé sur le mindset, essayé les outils censés fonctionner, y compris les pratiques de manifestation très utilisées dans les milieux entrepreneuriaux. Rien ne s'ancrait vraiment : aucun travail top-down n'allait tenir tant que mon système nerveux restait en stress chronique

Évite le burnout en bâtissant les relations dont tu as besoin.

En 5 rencontres individuelles, découvre ce qui influence tes relations et amorce un changement durable.

Des relations plus authentiques. Plus d'énergie. Plus de clarté. Plus de toi.

- COMPRENDS** ce qui influence réellement tes relations
- DÉCOUVRE** des schémas que tu ne savais peut-être même pas avoir
- PRENDS CONSCIENCE** grâce à des questions qui t'amènent à voir ta situation sous un nouvel angle
- PASSE À L'ACTION** avec des premières actions adaptées à ta réalité
- REPARTS AVEC CLARTÉ** et une feuille de route personnalisée pour créer des relations plus authentiques, plus saines et plus épanouissantes

COACH ANNIE

LE PARCOURS DÉCOUVERTE DE LA CONNEXION AUTHENTIQUE

- UN ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ
- UNE COMPRÉHENSION QUE TU POURRAS EXPLORER PAR TOI-MÊME
- OU APPROFONDIR AVEC UN ACCOMPAGNEMENT PLUS PROFOND

VALEUR EXCLUSIVE 97 \$ pour les lecteurs du SUCCÈS INSPIRE

DUPLICATEUR À TÉLÉCHARGER (le programme complet) The Authentic Connection Blueprint

REJOIGNEZ-MOI SUR LINKEDIN





100% conçu
pour le Québec

Le CRM immobilier pensé pour le marché québécois.

Gérez vos leads, automatisez votre marketing et fermez plus de transactions grâce à un pipeline intelligent, du contenu généré par l'IA et une carte de recherche avancée.



GÉREZ VOS LEADS

Suivez, qualifiez et convertissez plus de prospects.



PIPELINE INTELLIGENT

Visualisez vos transactions et ne perdez plus aucune opportunité.



CONTENU PAR IA

Générez des publications, vidéos et descriptions en quelques secondes.



CARTE AVANCÉE

Recherchez par zones, rayons et isochrones pour cibler les meilleures opportunités.



DES FONCTIONNALITÉS QU'AUCUN

Autre CRM immobilier n'offre.



IA Générative

Génère vos posts Instagram, Facebook et LinkedIn en 1 clic à partir de vos listings.



Vidéo publicitaire

Crée des vidéos slideshow de vos propriétés avec musique — prêts pour les Reels.



Rapport de visite

Claude AI rédige un rapport PDF professionnel après chaque visite en 30 secondes.



Signature électronique

Faites signer vos documents directement dans le CRM — zéro papier.



Carte intelligente

Dessinez des zones de recherche, calculez les isochrones, assignez aux contacts.



Portail client

Chaque acheteur reçoit un espace personnel pour suivre son dossier en temps réel.



DÉMARREZ DÈS AUJOURD'HUI

KEYORA-CRM.CA



Contactez-nous

contact@keyora-crm.ca



DÉPLOIEMENT
EN 30 MINUTES



100% CLOUD
SÉCURISÉ



ACCESSIBLE
SUR MOBILE

*Votre succès immobilier
commence ici.*