



# Enquête métier

## Ita'Com : février 2025

Enquête "métier" :

Satisfaction des participants à l'issue de leur formation  
& débouchées à l'issue de cette dernière



ITA'COM

# Sommaire

|                                              |           |
|----------------------------------------------|-----------|
| Mot d'introduction                           | 2         |
| <b>1. Débouchés</b>                          | <b>3</b>  |
| Statistiques et données                      | 3         |
| Analyse                                      | 6         |
| <b>2. Conditions d'exercices et activité</b> | <b>9</b>  |
| Statistiques et données                      | 9         |
| Analyse                                      | 12        |
| <b>3. Moyens pour se faire connaître</b>     | <b>16</b> |
| Statistiques et données                      | 16        |
| Analyse                                      | 19        |
| Partenariat                                  | 22        |
| <b>4. Retours sur les formations Ita'Com</b> | <b>24</b> |
| Témoignages                                  | 24        |





# Mot d'introduction



En tant que psychopraticienne et responsable de notre organisme de formation, j'ai à cœur d'accompagner chacun bien au-delà de l'enseignement théorique et pratique que nous dispensons.

Former des psychopraticiens compétents, éthiques et ancrés dans la réalité de leur futur métier est la raison d'être d'Ita'Com.

Afin de mieux comprendre les trajectoires professionnelles de nos anciens élèves, nous avons mené une enquête métier auprès d'eux.

Cette démarche avait plusieurs objectifs : évaluer les débouchés après la formation, mieux cerner les conditions concrètes d'exercice, recueillir des informations sur les stratégies de communication mises en place, et enfin, donner la parole à ceux qui, avant vous, ont suivi nos formations.

Je vous invite à découvrir dans ce document les résultats de cette enquête.

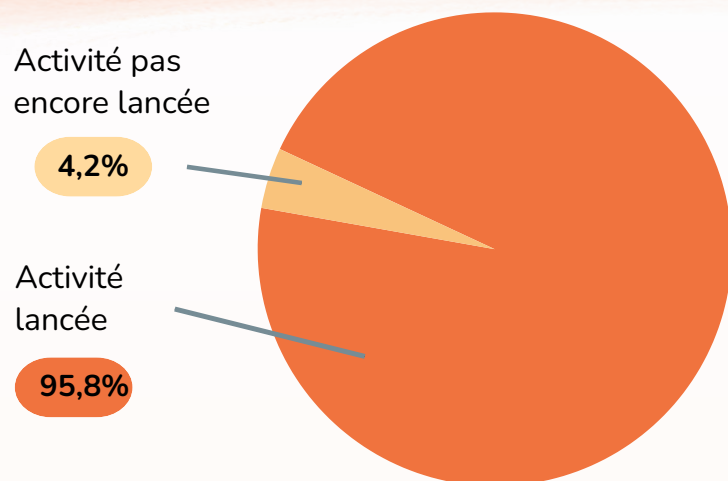
J'espère qu'il sera, pour les futurs psychopraticiens, un guide précieux et une source de motivation dans la construction de leur propre chemin professionnel.

En vous souhaitant un parcours riche de sens et d'épanouissement,

*Bonne lecture,  
Frédérique Robin*



# Les débouchés



À l'issue ou en parallèle de leur formation, **95.8%** des répondants ont lancé leur activité en tant que psychopraticien(ne).

La personne qui n'a pas encore lancé son activité le prévoit :  
*"C'est prévu, mais j'attends un contexte spécifique : cette activité va s'insérer dans un projet plus large et le lieu se construit."*

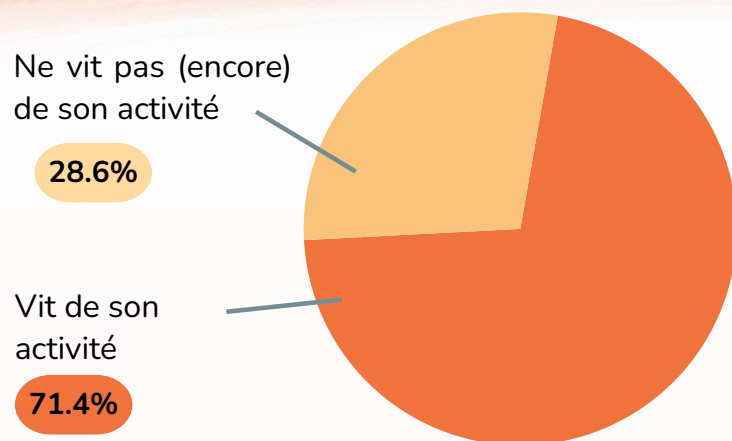
En moyenne, les répondants ont lancé leur activité environ **9 mois après leur entrée en formation.**

Les formations antérieures, les situations personnelles et professionnelles et les projets individuels sont autant de facteurs qui peuvent influencer sur la date de lancement de l'activité.

Au plus tôt, certaines personnes ont pu se servir des acquis de la formation dès 2 mois après l'entrée en formation compte-tenu de leur activité antérieure, s'agissant d'un élargissement de leurs compétences. D'autres se sont consacrés plus longuement à la formation, et ont lancé leur activité jusqu'à 19 mois après leur entrée en formation.



# Les débouchés



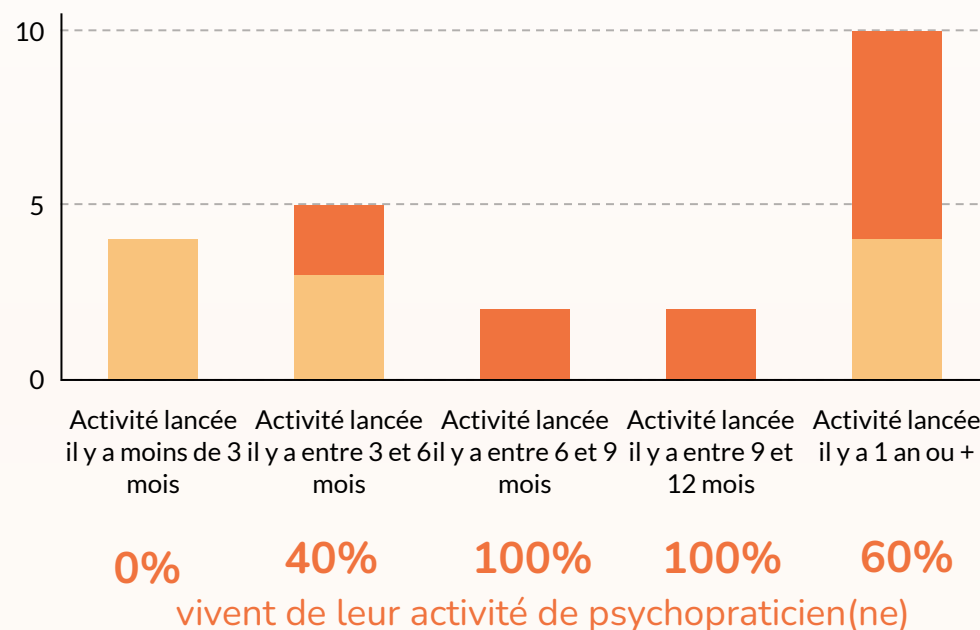
Au moment de l'enquête, **71.4%** des répondants ayant lancé leur activité il y a plus de 6 mois vivent de leur métier de psychopraticien(ne).

La part des répondants vivant de leur activité **varie selon la durée d'existence de leur activité.**

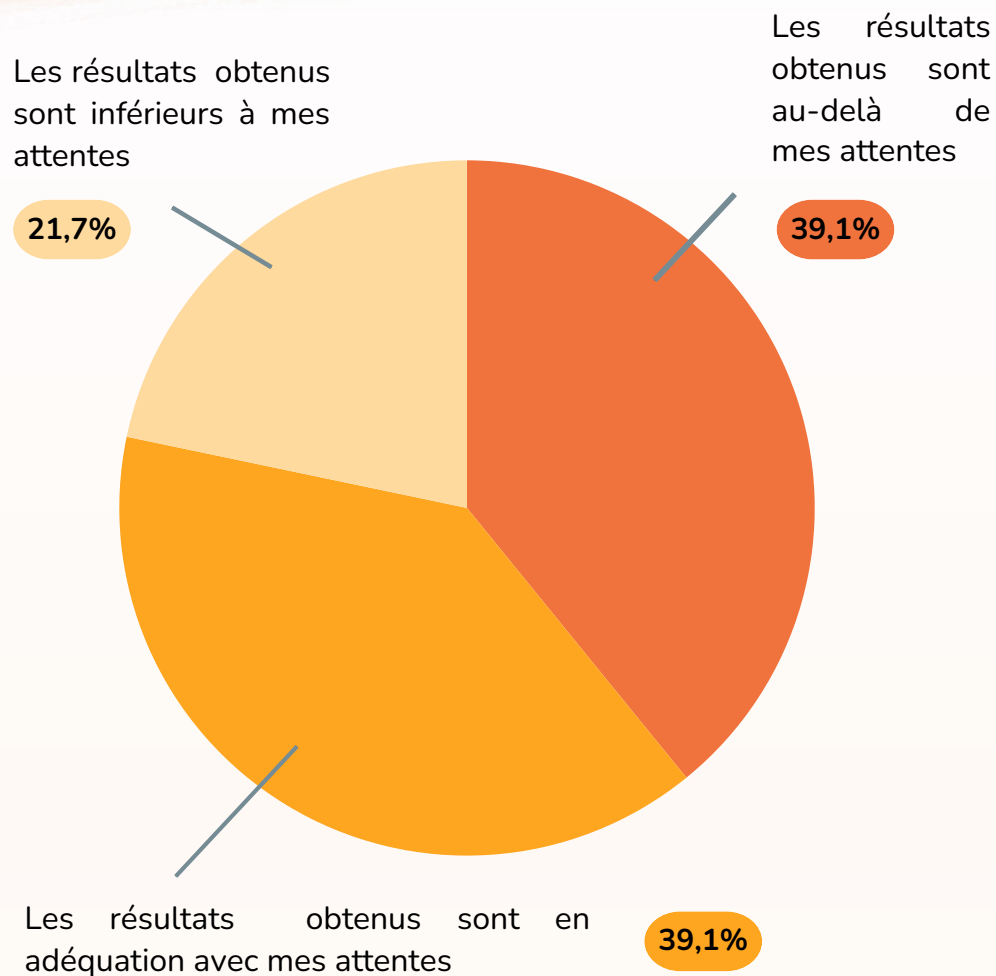
Lecture : si aucune personne ayant lancé son activité il y a moins de 3 mois n'en vit encore\*, 100% de ceux qui l'ont lancée il y a 6 à 12 mois en vivent.

\* Parmi ces personnes, au moment de l'enquête, 3 avaient lancé leur activité il y a moins d'un mois.

Au moment de l'illustration des résultats, soit un mois après, les résultats ont déjà évolué : les psychopraticiennes dont il est question ont confié réaliser entre 55 et 70 séances/mois dès le 2ème mois.



# Les débouchés



# 78,2%

des répondants partagent que les résultats observables au moment de l'enquête sont **conformes ou supérieurs à leurs attentes** initiales.

Cela monte jusqu'à **91,7%** pour les personnes vivant déjà de leur activité.

# Analyse

## *Pourquoi certaines personnes n'atteignent pas leurs attentes ?*

En comparant les réponses des personnes qui ont des résultats "en dessous de ce qu'elles espéraient" avec celles qui ont dépassé leurs attentes, on observe des différences clés en termes de **marketing, activité et performances**.

- la quasi-totalité des personnes dont les résultats ne sont pas encore à la hauteur de leurs espérances **ne vivent pas encore de leur activité** ;
- pour certaines, elles ont **dépensé un budget conséquent en marketing** (publicités payantes, accompagnement par des professionnels externes...) et n'ont pas obtenu les résultats escomptés ;
- **le taux d'engagement des clients est plus faible**, bien que très correct (7,2/10 pour les personnes dont les résultats sont inférieurs aux attentes pour 8,7/10 pour les personnes avec des résultats égaux ou supérieurs aux attentes).

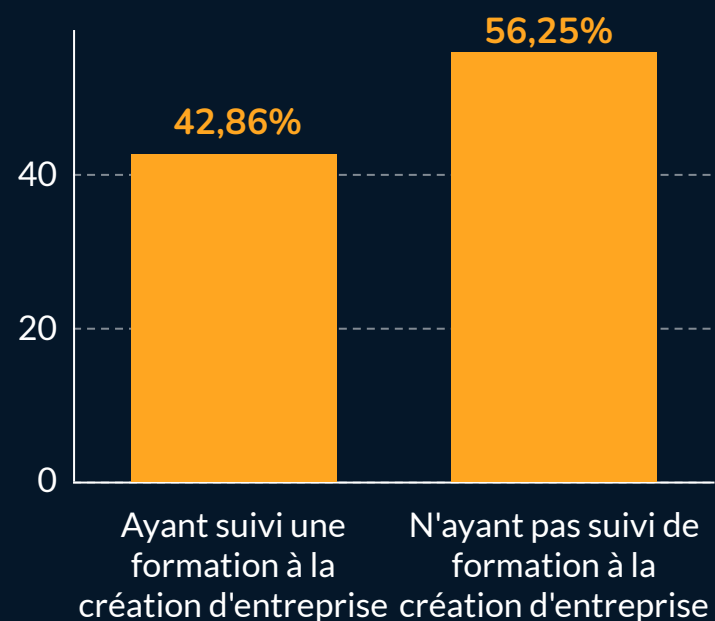
*Nous ferons un point d'analyse marketing plus loin dans l'enquête !*

# Analyse

## *Avoir suivi une formation à la création d'entreprise est-il un facteur décisif dans les résultats obtenus par les répondants ?*

À la lumière des chiffres partagés par les répondant, **non**, avoir bénéficié d'une formation externe à la création d'entreprise ne semble pas avoir d'impact sur les résultats obtenus :

### *Vivent de leur activité :*



Dans le groupe interrogé, les personnes ayant suivi de formation à la création entreprise...

- sont **moins nombreuses à vivre de leur activité** ;
- ont en moyenne **moins de clients** (17,8 pour 44,9 chez les répondants n'ayant pas suivi de formation à la création d'entreprise) ;
- réalisent en moyenne **moins de séances** chaque mois (30,6 pour 37,4)



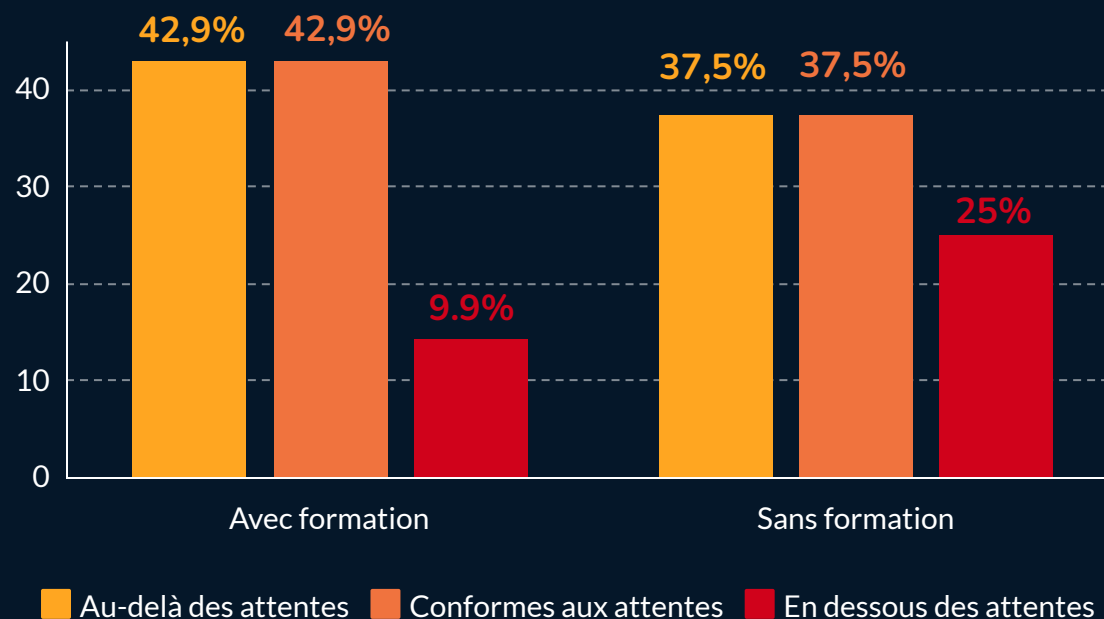
# Analyse

En revanche, avoir suivi une formation à la création d'entreprise semble avoir un **impact sur la manière d'apprécier les résultats obtenus**.

**Moins d'une personne sur dix** ayant bénéficié d'une formation à la création d'entreprise considère que les résultats obtenus sont inférieurs à ses attentes

C'est nettement moins que dans le groupe n'ayant pas suivi de formation, où 1 personne sur 4 considère que les résultats sont en-dessous de ce qu'elle espérait.

Nous pouvons faire l'**hypothèse que la formation à la création d'entreprise a permis d'objectiver les attentes**, les rendant plus facilement atteignables... et dépassables !



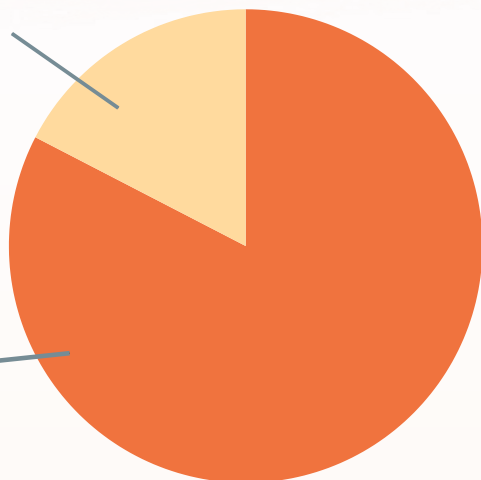
# Conditions d'exercice & activité

N'a pas de  
site internet

17,4%

A un  
site internet

82,6%



La grande majorité des répondants déclarent avoir un site internet dédié à leur activité.

**Plus de la moitié des répondants possèdent un local à temps complet pour leur activité.**

Pour les personnes vivant déjà de leur activité : 58,3% ont un local à temps plein ; 25% ont un local à temps partiel et 16,7% n'en ont pas.

Non,  
pas de local

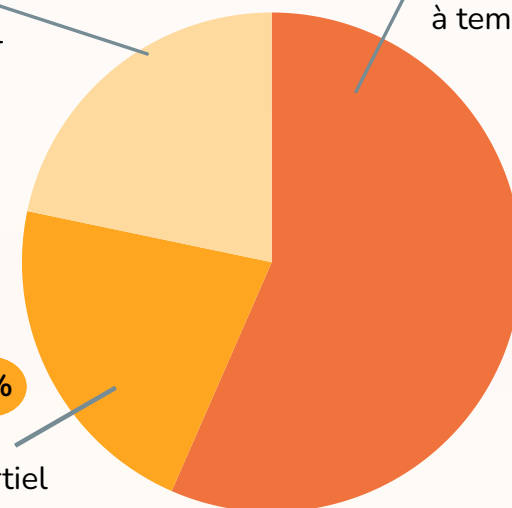
21,7%

Oui,  
à temps complet

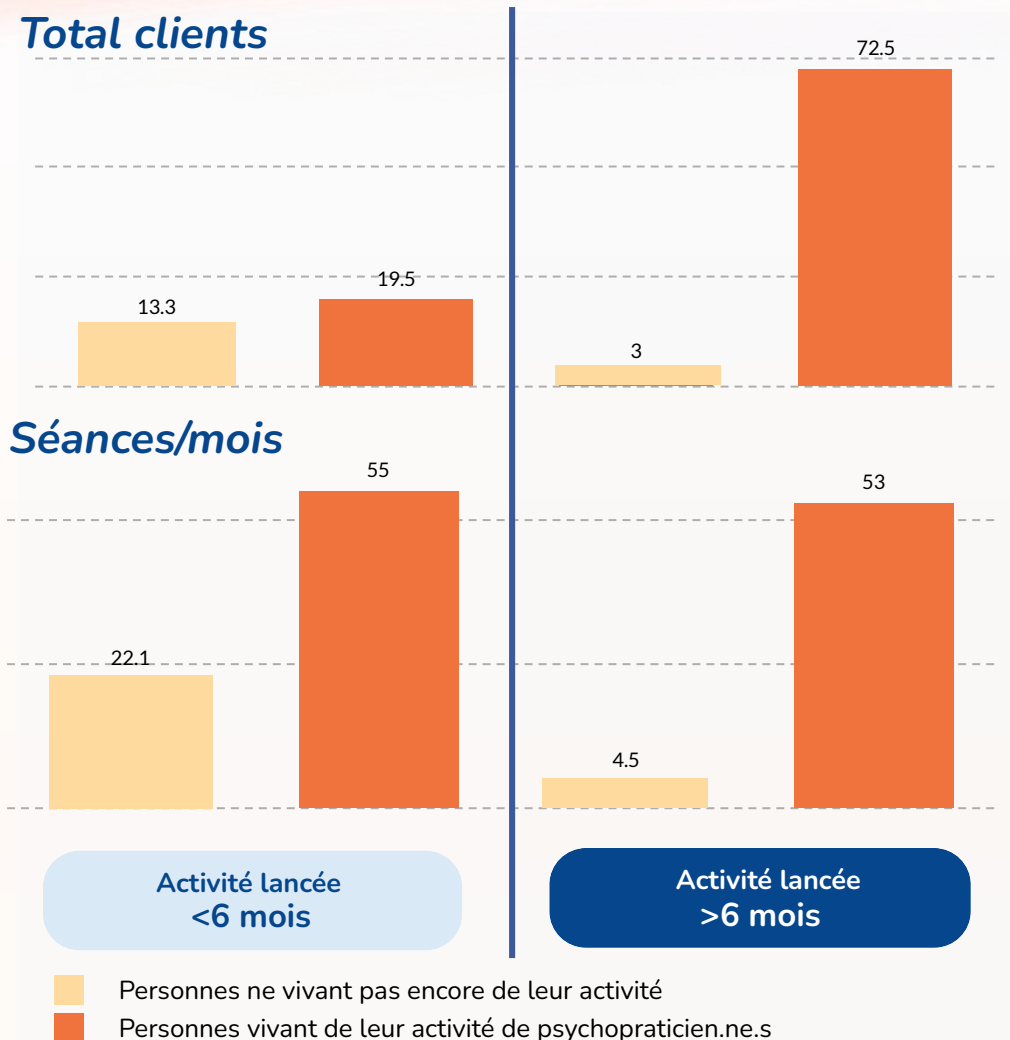
56,5%

Oui,  
à temps partiel

21,7%



# Conditions d'exercice & activité



En moyenne, les psychopraticien(ne)s ayant lancé leur activité il y a...

- moins de 6 mois ont acquis **15 clients**
- plus de 6 mois sont acquis **59 clients**.

*Lecture : Les personnes ne vivant pas encore de leur activité et ayant lancé leur activité il y a moins de 6 mois ont acquis en moyenne 13.3 clients.*

En moyenne, les psychopraticien(ne)s ayant lancé leur activité il y a...

- moins de 6 mois réalisent en moyenne **29 séances/mois**
- plus de 6 mois réalisent en moyenne **39 séances/mois**.

*Lecture : Les personnes ne vivant pas encore de leur activité et ayant lancé leur activité il y a moins de 6 mois réalisent en moyenne 22,1 séances par mois.*

# Conditions d'exercice & activité

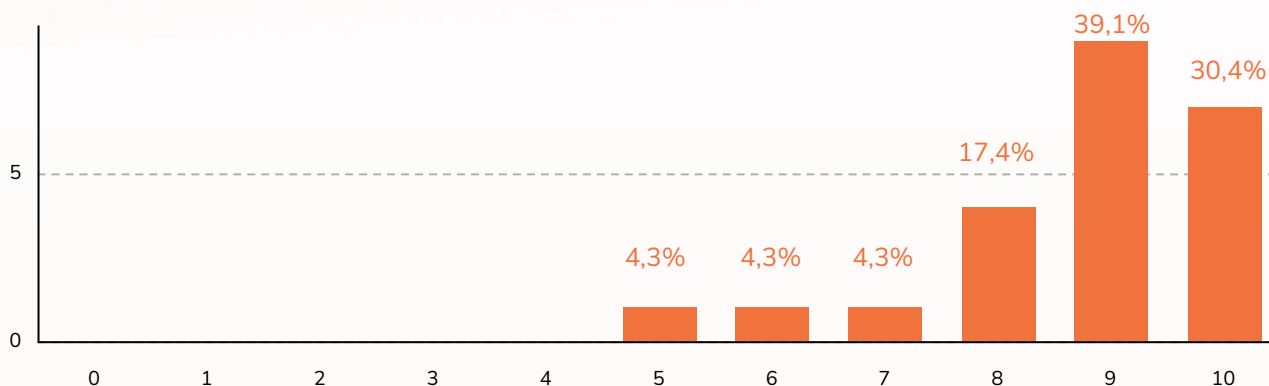
À la question :

Sur une échelle de 0 à 10, quel est le taux d'engagement de vos clients à partir de la première séance, les interrogés ont répondu :

Soit

# 87,4%

taux d'engagement\* moyen des répondants



*Lecture : la majorité des interrogés des interrogés (39.1%) évalue le taux d'engagement de leurs clients à 9/10 (9 réponses).*

## Qu'est-ce que le taux d'engagement des clients ?

Il s'agit du taux de clients qui **s'engagent avec le psychopraticien** dans une démarche de thérapie, qui souhaitent entreprendre un travail en profondeur avec lui.

Cela signifie qu'en moyenne **87,4% clients souhaitent poursuivre avec leur thérapeute après une première séance.**



# Analyse

## *Psychopraticien.ne.s : à quel chiffre d'affaires s'attendre ?*

Le **nombre moyen de séances réalisées par mois** pour les personnes ayant plus de **6 mois d'activité** est de **39** séances par mois

↳ Avec un tarif moyen de 60€ la séance, cela représente un chiffre d'affaires mensuel d'environ **2 340€**.

Le **nombre moyen de séances réalisées par mois** pour les personnes ayant plus de **6 mois d'activité** et qui déclarent vivre de leur activité est de **55** séances par mois.

↳ Cela représente un chiffre d'affaires mensuel d'environ **3 300€**.

Dans le groupe des personnes interrogées, un maximum de **80** séances/mois est observé.

↳ Cela représente un chiffre d'affaires mensuel d'environ **4 800€**.

# Analyse

## *Zoom le taux d'engagement des clients*

Un bon taux d'engagement permet au psychopraticien d'avoir une activité plus stable et régulière. Le taux d'engagement est intrinsèquement lié aux qualités du thérapeute.

Voici les principales compétences professionnelles qui favorisent cet engagement :

### 1. Créer une relation de confiance

- **Présence authentique** : être pleinement disponible et à l'écoute du client sans jugement
- **Bienveillance et empathie** : accueillir les émotions du client avec compréhension et sans minimisation

## 2. Adapter son approche aux besoins du client

- **Flexibilité thérapeutique** : Ajuster les techniques et méthodes en fonction des besoins spécifiques du client.
- **Individualisation du suivi** : Montrer au client qu'il est compris dans sa singularité et que l'accompagnement est sur-mesure.
- **Clarté des objectifs thérapeutiques** : Définir des objectifs concrets et atteignables pour donner du sens au processus.

## 3. Favoriser la motivation et l'implication

- **Valorisation des progrès** : Souligner les avancées, même minimes, pour encourager le client à poursuivre.
- **Travail collaboratif** : Impliquer le client dans son propre processus en lui donnant des outils et en lui laissant une part active dans sa thérapie.

## 4. Gérer les résistances et maintenir l'alliance thérapeutique

- **Accueillir et comprendre les résistances** : Ne pas les forcer, mais les explorer avec bienveillance.
- **Patience et persévérance** : Respecter le rythme du client sans précipiter son évolution.

## 5. Inspirer confiance par une posture professionnelle et cohérente

- **Authenticité et congruence** : Être aligné entre son discours et son attitude.
- **Maîtrise des outils et des techniques** : Être compétent et structuré dans son approche.
- **Supervision et travail sur soi** : Travailler ses propres biais et zones d'ombre pour éviter les projections sur le client.

En combinant ces éléments, le psychopraticien **crée un climat propice à l'engagement**, où le client se sent en confiance pour explorer ses problématiques et s'investir pleinement dans son cheminement thérapeutique.

**C'est ce sur quoi nous travaillons tout au long de la formation Psychopraticien Ita'Com.**

# Les moyens pour se faire connaître

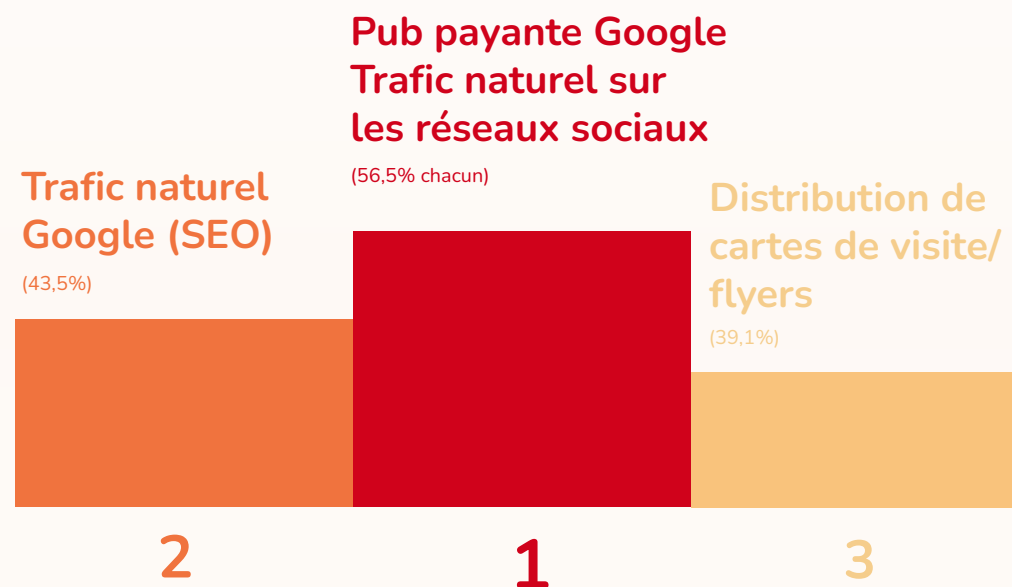


Dans l'ensemble, les solutions privilégiées sont :

1. la publicité payante sur Google & le trafic naturel sur les réseaux sociaux
2. le trafic naturel Google
3. les cartes de visites et/ou les flyers.

Les psychopraticien(ne)s formé(e)s par Ita'Com et vivant de leur activité ont **combiné en moyenne 2,9 moyens de communication différents pour promouvoir leur activité.**

C'est un peu plus que les personnes ne vivant pas encore de leur activité : elles ont combiné en moyenne 2,5 moyens.





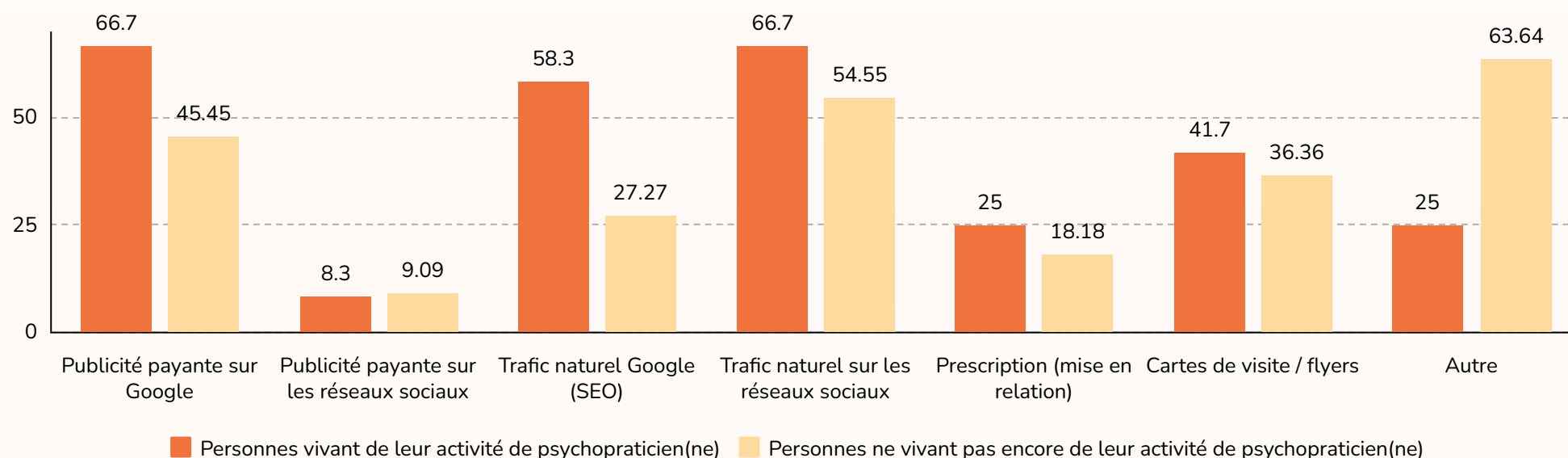
# Les moyens pour se faire connaître

**Le trafic naturel sur Google (SEO) et la publicité payante sur Google** sont des solutions davantage mobilisées par les personnes vivant déjà de leur activité de psychopraticien(ne).

Quant à la catégorie "autre", les personnes interrogées ont donné les précisions suivantes :

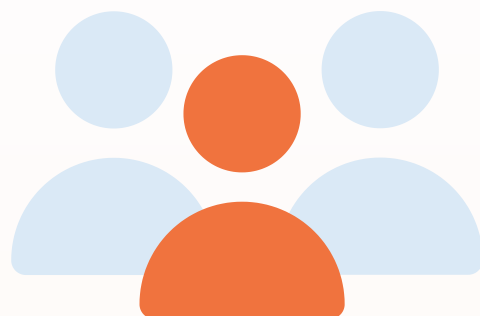
- Bouche à oreille
- Plateforme de thérapeutes freelance en ligne
- Annuaire de thérapeutes
- Resalib
- Podcast

**Moyens de communication utilisés pour se faire connaître (%)**



Lecture : 66,7% des personnes vivant de leur activité ont eu recours à de la publicité payante sur Google pour se faire connaître

# Les moyens pour se faire connaître

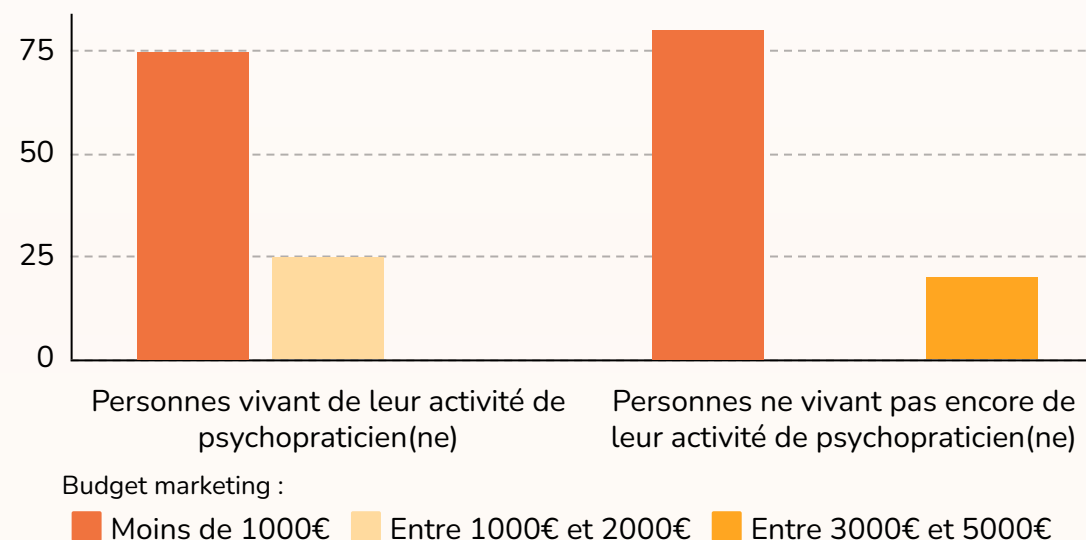


**Le budget marketing global** (site web, publicités, éventuels prestataires...) est estimé à **moins de 1000€ tout inclus** pour 77.3% des interrogés.

À noter : dans le groupe des psychopraticien(ne)s vivant de leur activité, aucun n'a dépensé plus de 3000€ en marketing.

Dans l'ensemble, **1/3 des personnes interrogées ont fait appel à des professionnels du marketing** pour être accompagnées dans leur stratégie de communication.

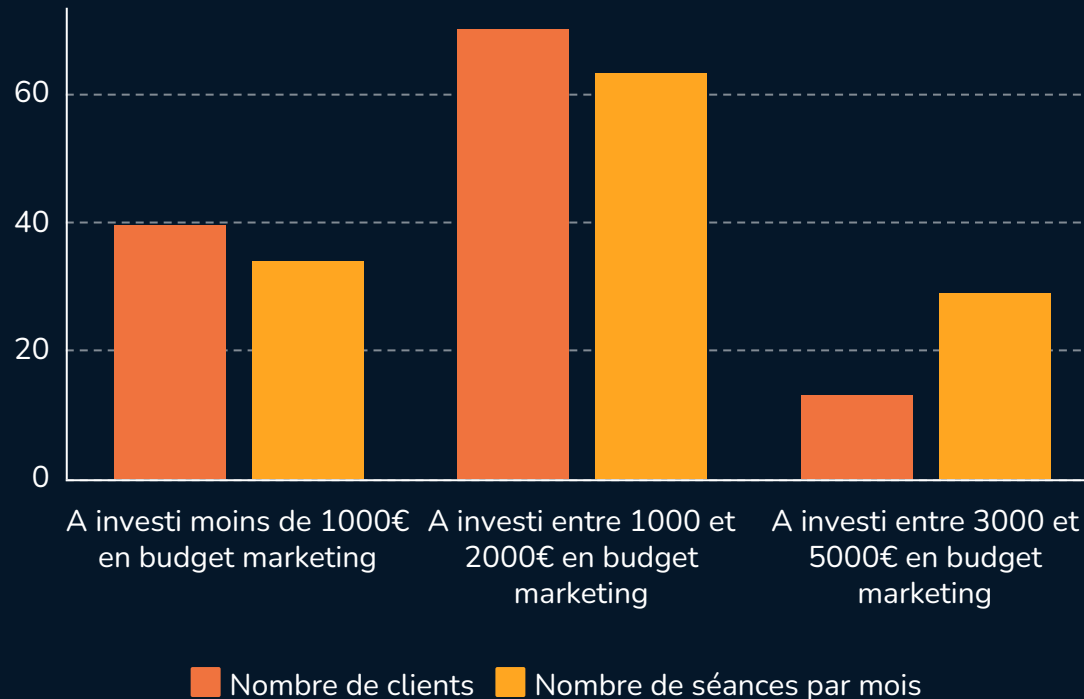
Cela monte à **41.7%** pour les personnes vivant déjà de leur activité de psychopraticien(ne).



# Analyse

## Faut-il dépenser plus pour gagner plus ?

Vous l'aurez vu avec le précédent graphique : **Non**, pas forcément !



L'enquête a même démontré que les personnes qui ont dépensé le plus gros budget marketing (>3000€) sont ceux qui :

- ont obtenu le moins de clients
- réalisent le moins de séances par mois.

# Analyse

Dans l'ensemble, ce sont les personnes ayant investi 1000 à 2000€ dans leur stratégie marketing qui présentent les meilleurs résultats :

|                         |  <b>Moins de 1000€</b> |  <b>1000 à 2000€</b> |  <b>3000 à 5000€</b> |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Vivent de leur activité | 52,9%                                                                                                   | 100%                                                                                                    | 0%                                                                                                      |
| Engagement clients      | 88,8%                                                                                                   | 90,0%                                                                                                   | 75,0%                                                                                                   |
| Résultats > attentes    | 35,3%                                                                                                   | 66,7%                                                                                                   | 50,0%                                                                                                   |
| Résultats = attentes    | 41,2%                                                                                                   | 33,3%                                                                                                   | 0%                                                                                                      |
| Résultats < attentes    | 23,5%                                                                                                   | 0%                                                                                                      | 50,0%                                                                                                   |

# Analyse

## ***Faire appel à un prestataire marketing : une bonne idée ?***

Nous l'avons dit, 100% des personnes ayant dépensé 3000€ ou plus ont fait appel à un prestataire et ne vivent pas encore de leur activité de psychopraticien.

*Ce serait pourtant une erreur de faire un raccourci de cause à effet entre les deux !*

En effet, 66,7% des personnes ayant dépensé 1000 à 2000€ dans leur budget marketing ont également fait appel à un prestataire extérieur. Or, toutes vivent de leur activité.

**Faire appel à un prestataire marketing peut donc être l'une des clés du succès... pourvu de bien le choisir !**

Pour cela, au regard des résultats obtenus dans notre étude, nous invitons à décorrérer "tarifs élevés" et "promesse de qualité / efficacité / rapidité".

**D'autres critères permettent de choisir son prestataire** : sa connaissance de notre secteur d'activité, ses références, la qualité des échanges, la pertinence de la stratégie de communication proposée...



# Partenariat

## Ita'Com vous recommande **René Le Bertre**



À chaque personne qui nous sollicite pour identifier un prestataire marketing de confiance, nous recommandons René Le Bertre.

C'est un expert marketing avec qui Ita'Com collabore depuis plusieurs années.

Convaincus de la qualité de ses prestations, c'est donc naturellement que nous vous recommandons ses services - précision faite que vous restez bien sûr libre de choisir votre prestataire !

Si vous recherchez un accompagnement efficace pour booster votre activité, René Le Bertre est un prestataire de confiance.

## Pourquoi faisons-nous confiance à René Le Bertre ?

### Performances solides

- Les clients de René Le Bertre **acquièrent en moyenne plus de clients par mois** que ceux des autres prestataires.
- Ils **réalisent également un nombre stable de séances par mois**, prouvant la régularité de leur activité.

### Satisfaction élevée

- **100 %** des clients de René interrogés affirment que leurs résultats sont "**au-delà de ce qu'ils avaient envisagé**".

### Stratégies marketing diversifiées et efficaces

- Publicité Google → Impact immédiat sur la visibilité
- Distribution de flyers/cartes de visite → Renforcement du réseau local
- Trafic naturel via réseaux sociaux et bouche-à-oreille → Fidélisation et engagement durable

# Retours sur la formation

9.87  
/10

À la question :

Sur une échelle de 0 à 10, 0 étant "pas du tout satisfait" et 10 étant "très satisfait", dans quelle mesure êtes-vous satisfait de votre formation dans le cadre de votre activité ?

- 87% des interrogés ont attribué la note de 10/10
- 13% des interrogés ont attribué la note de 9/10

Soit une note de satisfaction globale de 9,87/10.

Aucun répondant n'a attribué une note inférieure à 9.

**Aussi, 100% des répondants se disent satisfaits de la formation "Devenir psychopraticien" dispensée par Ita'Com.**

# Retours sur la formation



Je tiens à exprimer ma profonde satisfaction concernant ma formation de psychopraticienne. Les cours étaient d'une qualité exceptionnelle, riches en contenu et en enseignements pratiques.

Ce qui m'a particulièrement marquée, c'est le suivi proposé après l'installation. J'ai vraiment ressenti un soutien constant et bienveillant, ce qui m'a permis de me lancer avec confiance dans ma pratique. Je suis reconnaissante d'avoir eu l'opportunité de suivre cette formation qui m'a non seulement enrichie sur le plan professionnel, mais aussi personnel.

Merci à Frédérique pour son engagement et son accompagnement !



*Laetitia, formule autonome, activité lancée en septembre 2024*



Le suivi après la certification est plus que formidable et d'une grande aide.



*Emilie, formule atelier, activité lancée en février 2025*

# Retours sur la formation



C'est une formation merveilleuse qui m'a beaucoup apporté, cette formation complète mes compétences. Elle m'a apporté des supports afin de travailler en profondeur avec mes clients.

La formatrice se distingue par son écoute, sa bienveillance et son engagement constant. Elle enrichit considérablement cette formation en nous apportant bien plus qu'un simple apprentissage : elle nous permet également de mieux nous comprendre et de progresser.



*Marine, formule autonome, activité lancée en octobre 2023*



Satisfaction totale de la formation que j'ai suivie, qui m'a permis d'exercer mon métier rapidement, avec professionnalisme et réussite auprès des Clients.



*Emmeline, formule individuelle, activité lancée en décembre 2024*



# Retours sur la formation

“

Une formation très complète, qui mériterait ça place en cycle DU

”

*Valentin, formule atelier, activité lancée en février 2025*

“

Je suis ravie de la formation que j'ai suivie avec Frédérique Robin, je sais qu'il faut un peu de patience pour se faire connaître et que je vais très vite parvenir au résultat que je souhaite.

”

*Bénédicte, formule individuelle, activité lancée en septembre 2024*

“

Cette formation a été de loin la meilleure 🙏

”

*Sandrine, formule atelier, activité lancée en juin 2024*



Racinessence 41 RUE DE COLMART , 45460 - LES BORDES – Entreprise individuelle de Frédérique ROBIN - Siret : 48515754900034 –  
Naf : 47.73Z – TVA : FR75485157549 – RCS : LES BORDES 485 157 549 R.C.S. Orleans  
Enregistré sous le n°24450377845 auprès du préfet de région : Centre-Val de Loire – Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État.  
Tel : 01.82.88.19.20 – Email : [info@itacom.fr](mailto:info@itacom.fr) – <https://itacom.fr>