



## Créateurs d'entreprise

Pour votre sécurité financière, méditez ces affirmations,  
et répondez aux questions

### Qu'est ce qu'un créateur de PME

#### *Entourez les mots qui vous ressemblent*

Un artiste, un visionnaire, un déviant, un révolutionnaire, un tenace, un conquérant

il est enthousiaste, sûr de sa réussite, un peu caractériel dans ses entêtements, joueur, impatient, travailleur, fondamentalement optimiste

Il a : le goût de l'observation, de l'ambition, de l'humilité, de l'empathie, le goût de la compétition, de l'énergie vitale à soulever des montagnes

et de l'énergie virale ? celle qui se communique ?

#### *Cochez les cases si vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes*

##### *Luc de Chamhard , créateur de Neurones*

- le succès en entreprise est plus lié aux qualités humaines qu'à la maîtrise des outils de gestion
- le dirigeant a du mal à s'adapter au cadre imposé par d'autres : il lui fait donc réussir par lui-même ! Pas le choix.

##### *Didier Ades*

- la motivation première d'un créateur n'est pas l'argent mais la réalisation de soi, le besoin d'être reconnu et admiré, le besoin de montrer sa différence
- Il a besoin d'une équipe qui colle à son projet et l'aide à se projeter à l'extérieur
- Réussir ensemble quelque chose fait partie intégrante de ses objectifs, que souligne la demande d'un bon climat de travail.

### Qu'est-ce qu'une PME en Europe : (éléments d'information)

#### *Sergio Arzeni responsable entrepreneuriat à l'OCDE : en Europe :*

- La moyenne est de 5 salariés
- Une nouveauté : les créateurs d'entreprises sont plus jeunes qu'autrefois, notamment dans le domaine de l'innovation radicale des hautes



technologies. On n'attend plus forcément d'avoir 40 ans, de l'expérience et un carnet d'adresse

- Cependant, et contrairement aux Etats Unis, ils ont parfois du mal à percer, car on ne fait pas confiance aux jeunes sans expérience ni client
- Prévisions de nouveaux emplois : en dehors de la high tech, 90% se concentreront dans la santé, le commerce et le tourisme.

*Michel Godet : professeur au CNAM*

- Ce sont les hommes et leur organisation qui génèrent les différences de performance
- Le bon management :
  - Se focalise sur un métier précis
  - Sait exploiter à son profit les turbulences de son marché
  - Elimine en son sein les inhibiteurs internes d'action.

## PME et Innovation : Halte aux idées reçues

- Les champions de la croissance ne sont pas ceux de la recherche et développement
- La veille technologique est plus importante que la technologie car elle permet de s'approprier à moindre coût les innovations venues d'ailleurs
- De bonnes recherches sans stratégies ne mènent à rien : ce n'est pas l'innovation qui oriente la stratégie mais l'inverse.
- L'innovation peut être engendrée par tous, clients et fournisseurs compris

*Jean Pierre Raffarin :*

- L'entrepreneur est quelqu'un qui réalise quelque chose de plus grand que lui-même.

*René RICOL, responsable de l'APCE :*

- L'entrepreneur type a:
  - une volonté d'indépendance
  - Une énorme confiance en son propre jugement
  - Une grande ténacité
- L'entrepreneur est souvent trop solitaire pour réussir : 80% des entreprises accompagnées réussissent.

*Cédric Thomas, consultant en stratégie d'entreprise : les erreurs à éviter*



- Trop de personnalisation et pas assez de professionnalisation
- Pas assez de réflexion sur le positionnement de l'entreprise, la segmentation de son marché, la veille sur la concurrence
- Trop préoccupé par le produit, au détriment du marketing et de la commercialisation
- Trop dépendante d'un seul homme détenteur de l'orientation stratégique de droit divin
- Start up : il faut savoir que créer un marché coûte plus cher que créer un produit
- Trop de bricolage dans les aspects non directement liés au produit
- Pas suffisamment de travail en équipe pluridisciplinaire et solidaire pour créer un produit
- Pas d'appels systématiques à des compétences extérieures sur l'environnement du produit (site Internet, packaging, promotion, relations presse, communication)
- Les phases "easy to do business with" et "go to market" sont éludées.

### Quelques règles issues de l'expérience

- Plus on investit au départ, plus grandes sont les chances de pérennité de l'entreprise :
- <5 KE : 40% de succès
- <150 KE : 70% de succès

### Les facteurs de succès

- être à l'écoute de son marché en permanence : clients, confrères, fournisseurs
- Définir une ligne stratégique et s'y tenir
- Organiser et motiver soi-même, ses collaborateurs, ses fournisseurs et ses clients
- Décider et agir rapidement et sans états d'âme
- Contrôler, contrôler, contrôler
- Communiquer pour être visible et désirable
- Analyser et synthétiser l'information : adhérer aux organismes prof, revues, journaux économiques, aller à l'étranger, fréquenter les salons



## D'après les cases que vous avez cochées, pensez-vous avoir actuellement le profil

- D'un patron de PME
- D'un entrepreneur individuel
- D'un free lance sous traitant
- D'un salarié de PME
- D'un salarié de grande société

## Le triangle d'or pour créer et gérer une PME : Un dirigeant – une identité – des caractéristiques produits

- Un dirigeant efficace sait :
  - o s'organiser pour tout optimiser
  - o choisir les hommes et les fournisseurs
  - o négocier les tarifs
  - o avoir la vision de ce qui fonctionne

### Une identité forte:

- une entreprise indépendante ne peut le rester que si elle est un tant soit peu différente de ses semblables
- elle doit parfaitement connaître sa carte génétique : la personnalité de ses hommes produits, et en jouer pour se constituer une image de marque cohérente sur son marché ; Plus sa singularité est riche et claire, plus les compétences distinctives sont fortes, plus l'entreprise a de chances de succès
- Elle doit être visible sur le marché
- Le nom : doit faire référence à l'activité. La raison sociale doit être distincte des produits
- L'organisation doit être unie et solidaire, toujours en mouvement, avec des collaborateurs impliqués

### Des caractéristiques produits

suffisamment bonnes pour séduire un marché existant (ou à créer) et le fidéliser, avec un plus différenciateur

- Le succès d'une entreprise ne repose pas sur le côté génial d'un produit, mais sur la capacité de l'entrepreneur à conquérir et fidéliser un marché : à le séduire et faire adhérer**



- **Cependant, plus l'identité, la pertinence et la compétence perçue seront claires, complémentaires et rassurantes, plus l'entrepreneur marquera des points sur la concurrence**

Alors : protégez vos inventions par brevets, ...

- Recherchez la niche ; liée au produit, à la clientèle, à la zone géographique
- Allez vers le sur mesure : souplesse, réactivité, relation étroite et personnalisée avec le prospect = du sur mesure et des témoignages de clients satisfaits
- Créez de la complexité : le nombre d'étapes nécessaires de la conception au produit fini découragera les néophytes
- Détenez un véritable savoir-faire métier : en terme de compétences sur un marché, et un savoir faire client : recherchez l'empathie, la rapidité, la proximité, le respect de valeurs éthiques. Un véritable permis client

- **On cherchera à créer des différences suffisamment importantes pour induire une relation nouvelle et particulière avec le client**
- **Il faut également que cette relation soit pérenne : travaillez sur une gamme**

- Ce qui peut influencer, c'est la façon particulière dont le dirigeant propose au marché : ex : se spécialiser sur une clientèle – être proche géographiquement – faire baisser les prix en industrialisant un produit artisanal – changer les matériaux en s'inscrivant dans une tendance...

## Qu'est-ce qu'un marché

- une ou plusieurs cibles de clientèle suffisamment identifiées pour être repérables au premier coup d'oeil, ou passées les premières questions.
- Il faut comprendre leurs comportements de consommation pour pouvoir se positionner et vendre, sachant qu'on ne vend jamais à tous les consommateurs
- A éviter : tout client prenant plus de 15% du chiffre d'affaire, et trop de sous traitance

*En résumé :*

*Un marché spécifique*

*Des produits spécifiques*

*Une identité spécifique*



- = choisissez votre marché :
- Faites en sorte que votre offre vous ouvre un espace de liberté et écarte au loin la concurrence
- Vendez sous votre marque
- Recherchez une spécificité et une complexité qui vont rendre vos produits inimitables
- Remettez régulièrement en cause votre savoir faire
- Cherchez un nom qui traduise clairement ce que vous faites et votre positionnement sur le marché
- Soyez reconnu par lui

### Les voies possibles de la croissance interne

- La fonction commerciale n'est pas assez organisée pour 2/3 des PME : pas d'argumentaire structuré, de tarifs pensés, de sorties avec les commerciaux.
- Cherchez les possibilités d'amélioration des produits significatives pour vos clients
- Pensez à sortir de vos frontières naturelles
- Tous les prospects possibles de tous les marchés ont-ils reçu une communication quantitative et qualitative?
- Avez vous demandé à vos collaborateurs ce qu'il fallait faire ?
- Cultivez votre métier : rester sur votre domaine d'excellence, là où réside savoir faire, motivation, expérience
- Un nouveau produit : doit partir de l'observation de manque réels et approuvés par vos clients (effet de gamme)
- Avant de passer à un nouveau produit, améliorez la productivité de l'ancien, et de tout le système administratif : le nouveau va vous demander du temps...

### Communiquez

- Définissez des objectifs de communication, indiquez le cadre budgétaire et faite appel à un professionnel sur les moyens
- Les questions à se poser: se faire connaître sur un segment de clientèle déterminé ou pas ? Insister sur quoi : la marque, les valeurs, les avantages produits ? Une offre globale ? Est-ce que je veux atteindre de façon personnalisée certains types de clients ou prospects ? m'installer comme nouveau compétiteur ? Avec un produit totalement nouveau ? Installer une image de marque ? Déclencher basiquement un acte d'achat ?



- Le réseau : avoir une responsabilité politique, syndicale, bénévole quelconque qui permet d'approcher les clients de façon non institutionnelle = des leaders d'opinions
  
- Propos d'entrepreneurs :
- *Passion, prendre le large, être seul à la barre, créer son réseau, de la rigueur, être là au bon moment, savoir assumer, être enthousiaste, vendre tous les jours, ne jamais s'avouer vaincu, anticiper, agir, ne jamais croire que c'est gagner, la tête dans le guidon, toujours recommencer, avoir le sens du client, cultiver la différence...*

*extraits de : ELEMENTS SUR LA PME, « l'entreprise de l'avenir » par gilles lecoindre  
créateur de l'entreprise « intercessio »*