

# Pourquoi ouvrir ma boîte ?

Les trucs et astuces pour adopter les bonnes attitudes



# Table des matières

Introduction		5
	Vous avez déjà le profil d'entrepreneur sans le savoir	7
	Qui peut entreprendre ?	7
	Passons en revue tout ce que vous avez déjà entrepris !	8
	Profiling de l'entrepreneur	9
	Les conditions minimales pour devenir entrepreneur	9
	Suivez votre désir de devenir entrepreneur et transformez-le en une histoire passionnante	10
Partie 1 : Votre développement personnel		11
	Chapitre 1. Les 9 éléments à maîtriser pour réussir votre projet	13
	Chapitre 2. Les 4 piliers principaux de votre développement personnel	17
	a. Comment développer votre passion ?	17
	b. La discipline va devenir votre meilleure alliée	17
	c. Les 6 sources d'énergie	18
	d. L'intégrité : votre boussole pour garder le bon cap	19
	Chapitre 3. Comment se relever après une désillusion ?	21
	Les conseils de nos entrepreneurs sur plan personnel	21
Partie 2 : Votre développement « business »		23
	Chapitre 1. La stratégie	25
	Qu'est-ce qu'une stratégie ?	25
	Comment se fixer des objectifs ?	25
	Comment prendre de bonnes décisions ?	27
	Comment prendre des risques calculés ?	29
	Les conseils de nos entrepreneurs en matière de stratégie de développement	30
	Chapitre 2. Le marketing et commercial	33
	Pourquoi le marketing et le commercial comptent autant que votre produit ?	33
	Qu'est-ce qu'une étude de marché ?	34
	Quel est le profil des clients de nos jours ?	35
	Comment apporter LA solution à votre client ?	36
	Vendre avec succès par la méthode des « 8 P »	36
	Comment fidéliser vos clients ?	37

	Comment donner une image positive de votre entreprise ?	39
	Comment se faire connaître avec un budget minimum ?	41
	Comment élaborer sa politique de prix ?	42
	Les conseils de nos entrepreneurs en matière de stratégie marketing et commerciale	43
Chapitre 3.	La finance	45
	Voulez-vous gagner de quoi vivre, très bien vivre ou de quoi survivre ?	45
	Comment se sécuriser sur le plan financier ?	46
	Quel salaire faut-il se payer ?	46
	Comment convaincre les «donneurs d'argent» ?	47
	Où trouver de l'argent ailleurs que dans les banques ?	47
	Bilan, comptes de résultats, trésorerie, quelle différence, c'est toujours des comptes, non ?	49
	Les conseils de nos entrepreneurs en matière financière	54
Chapitre 4.	L'entrepreneuriat social et sociétal	57
	Qu'est-ce qu'un entrepreneur sociétal ?	57
	Qu'est-ce qu'un entrepreneur social ?	58
	Entrepreneur sociétal et développement durable	58
	Créer votre mythe fondateur	59
	Ce n'est pas si complexe que cela en à l'air	59
	Quels sont les bénéfices d'une telle démarche	60
	Partie 3 : Passez à l'action maintenant !	61
	Partie 4 : Ils témoignent pour vous	67
	Florence Fernémont, Carrément bon	75
	François-Xavier Bellot, Auctelia	75
	Yves Bourgeois	75
	Arnaud Deflorenne, Arpaweb et Greenbazaar	75
	Anathalie Mukundwa, PACTech et ACCORTise	76
	Ladislav Holvoet, Derivative Company	76
	Gérard Iannone, Vitacom	77
	Isabelle Parent, ID-Conseil	77
	Erik Maes, Père Olive	77
	Serge Van Rutten, Projet 21C	78
	David Longfils, BEP	78
	Bernard Miche, Finergie	78

# Introduction

Ce guide va traiter de sujets rarement abordés dans les guides de business plan classiques. Il s'inscrit en complément de ceux-ci, ou il les précède.

Réussir le lancement de son entreprise nécessite de se préparer mentalement.

**Dans la majorité des cas, on se focalise sur son projet d'entreprise et pas assez sur son propre conditionnement personnel.**

Or, se lancer dans une activité indépendante ou la création d'une entreprise est un profond changement pour tous les individus qui prennent ce chemin.

L'élément le plus important à maîtriser tout au long du processus : **vos peurs.**

Passer d'une zone de confort d'avoir un salaire fixe, même une allocation de chômage, à un salaire variable et inconnu sur le montant voire nul, réveille en nous des peurs, et ce n'est que normal.



Notre guide se veut innovant : nous mettons l'accent sur les aspects psychologiques, sur les astuces, sur différents thèmes de votre business plan et pour ceux qui le souhaitent, sur la responsabilité sociétale qu'ils voudraient voir dans la réalisation de leur entreprise.

L'entrepreneur doit d'abord apprendre à marcher, à trotter et seulement après à courir pour atteindre les objectifs qu'il s'est fixé.

Vous avez compris : l'originalité de ce guide réside dans le fait que **le capital humain y est central.**

La réussite de votre entreprise ne dépend que d'une seule personne : **vous !**

Dès lors, votre équilibre est capital pour réussir votre projet. L'entreprise ne se développera que si vous vous développez.

Et pour vous développer, il faut vous renforcer petit à petit, acquérir de nouvelles compétences, apprendre à vous gérer, à gérer du personnel et à être efficace pour réaliser des bénéfices, clé de durabilité d'une entreprise.

Nous ne pouvons vous dire qu'une chose :

**Être entrepreneur, c'est passionnant !**

Ce guide va jusqu'au bout des choses pour vous aider dans la réflexion.

Pour ceux d'entre vous qui veulent atteindre une démarche d'excellence, nous aborderons un chapitre dédié à la bonne gouvernance et à la responsabilité sociétale de leur entreprise. Cette démarche vous inscrit dans une logique de contribution dans le développement économique de votre région. Vous vous construisez dans ce cas une réputation cohérente, qui est le meilleur outil marketing qui soit.

Vous créez alors de la valeur financière avec vos valeurs personnelles.



# Vous avez déjà le profil d'entrepreneur sans le savoir

## Qui peut entreprendre ?

Tout le monde sans exception peut devenir entrepreneur !

Il n'y a pas un seul et unique modèle, un seul parcours valable mais des concours de circonstances qui ouvrent la voie de l'entrepreneuriat à certains de nos concitoyens.

Voici une liste non exhaustive de l'origine des entrepreneurs :



### Les demandeurs d'emploi

Près d'un créateur sur trois est passé par une période plus ou moins longue de chômage. Ils représentent 35% des créateurs. Leur licenciement a été une «chance» pour eux.

Ces personnes souhaitent se réinsérer dans la société après avoir subi un revers professionnel. Ils sont très motivés car leur identité est en jeu. Au travers de leur projet d'entreprise, ils se construisent un vrai programme d'insertion professionnelle en prenant leur propre avenir en main.

### Les femmes

Nous voyons de plus en plus de femmes devenir entrepreneurs. Elles ont des habilités différentes des hommes et appréhendent les enjeux de l'entreprise différemment. Elle gère l'ensemble du ménage, est cuisinière, développe le plus beau projet du monde: la conception de l'enfant, gère sa croissance, elle est à la fois pédagogue, nurse,... elle est donc multitâches manager.

Quand elles décident alors d'entreprendre, elles exercent ces capacités et utilisent les qualités propres à la féminité : la douceur, l'écoute, la patience, l'harmonie,...Elles gèrent alors de front leur projet familial et leur projet professionnel, forçant le respect pour la réalisation de ce délicat équilibre.

Par ailleurs, il existe une grande solidarité entre les femmes entrepreneurs. Elles se regroupent pour s'aider, elles se recommandent l'une l'autre, elles s'épaulent,... ce qu'on retrouve de façon moins naturelle chez les hommes.

### Les salariés

Bon nombre de salariés tentent aussi l'aventure après avoir acquis une solide expérience dans leur entreprise. Ils sont créatifs mais se sentent à l'étroit dans les grandes organisations. Ils décident alors de faire le grand saut et se lancent dans la création de leur propre business afin de prendre leur destin en main et de transformer leur savoir faire en entreprise personnelle.

Ils ont identifié une niche, ont une volonté d'indépendance, ont une assise financière et accès à des réseaux. Ils vont tirer profit de leur expérience en tant que salarié.

### Les jeunes

Une étude en France a démontré que 48 % des jeunes de 18 à 34 ans veulent créer leur propre entreprise et près de 42 % de ceux-ci ont un projet précis. Leur motivation : l'opportunité de se construire eux-mêmes un avenir professionnel dans un marché de l'emploi incertain.

40 % des entreprises créées par les moins de 30 ans sont toujours en activité 5 années après leur création.

**Leurs atouts :** la maîtrise des technologies et l'enthousiasme

**Leur faiblesse :** le manque de moyens financiers pour développer leur projet.

## Les seniors

Un certain nombre de nos seniors soit pensionnés, soit qui se sont faits «débarquer» des entreprises pour des raisons de coûts élevés, en profitent pour se lancer comme entrepreneur. Ils ont le profil décrit précédemment dans les salariés.

### Nous observons 4 profils chez nos seniors :

1. Ceux qui ont des moyens financiers et qui rachètent des entreprises existantes pour en prendre la direction.
2. Ceux qui deviennent consultants et mettent leur longue et riche expérience acquise au service d'autres entreprises et organisation.
3. Ceux qui créent une nouvelle entreprise.
4. Ceux qui ont déjà créé une entreprise et qui l'ont remise et qui se lancent dans la création d'une nouvelle affaire.

Leur objectif est de devenir maître de leur destin : ils ne veulent plus le subir.

Leurs atouts sont leur knowhow et leur assise financière et leur plus grand défi: le pilotage dans la phase de démarrage.

## Passons en revue tout ce que vous avez déjà entrepris !

Vous n'avez pas encore conscience que depuis bien longtemps, un entrepreneur sommeille en vous.

Nos écoles ne vous ont-elles pas fait réaliser des projets ? N'avez-vous jamais du réaliser des bricolages dans votre plus tendre enfance ? N'avez-vous jamais dû préparer une élocution sur quelque chose qui vous tenait beaucoup à cœur ? N'avez-vous jamais participé à un concours ? N'avez-vous jamais réussi des examens ? ...

Si vous jouez d'un instrument de musique, n'avez-vous pas dû apprendre le solfège, n'avez-vous pas «cassé les oreilles» de vos proches pendant vos premières répétitions jusqu'à ce que vous maîtrisiez votre instrument avant de jouer de manière harmonieuse ?

Si vous avez fait des mouvements de jeunesse, n'avez-vous jamais élaboré des projets audacieux, construit vos tables, bancs, sommiers, n'êtes-vous jamais parti en «raid», ou en «hike» ... ? N'êtes-vous jamais parti à l'aventure ?

Si vous avez fait un sport, ne vous êtes-vous jamais fixé d'objectifs d'évolution, de compétition, ne vous êtes-vous pas acharné dans un entraînement intensif pour progresser avant de réaliser de bons résultats ?

Si vous avez votre permis de conduire, n'avez-vous pas dû persévérer en apprenant le code de la route, en calant des centaines de fois avant de maîtriser votre véhicule et après des semaines ou des mois d'entraînement, n'avez-vous pas obtenu votre permis de conduire ?

N'avez-vous jamais entrepris l'organisation d'un voyage, d'achat ou de construction d'une maison, de projet de constituer une famille, d'avoir des enfants, ... ?

Si vous avez vécu un de ces cas de figure, vous êtes déjà dans une démarche d'entrepreneur. Vous avez entre autre déterminé un objectif, avez élaboré des plans d'action et vous avez pratiqué, pratiqué et encore pratiqué jusqu'à atteindre cet objectif.

Quand vous avez voulu marcher, vous êtes-vous levé et êtes-vous parti sans tomber Pour conduire votre véhicule, idem ? Il en va de même pour votre entreprise. Vous progresserez dans votre projet par la méthode essai – erreur jusqu'au moment où vous aurez trouvé la solution et que vous maîtriserez votre processus.



# Profiling de l'entrepreneur



«Quoique tu rêves d'entreprendre, commence-le. L'audace a du génie, du pouvoir, de la magie».

Johann Wolfgang von Goethe

## Les conditions minimales pour devenir entrepreneur

Le profil du bon entrepreneur est extrêmement simple :

1. Être honnête
2. Être humain
3. Être efficace

Les compétences nécessaires pour entreprendre vont vous surprendre par leur simplicité :

1. Votre savoir-être, basé sur vos valeurs personnelles, votre honnêteté, votre courage.
2. Votre savoir-faire, vos connaissances, ce qui vous passionne.
3. Savoir lire et écrire.
4. Savoir calculer les quatre opérations de base.
5. Votre créativité.
6. Savoir tirer parti de toutes les opportunités.
7. Votre capacité à savoir vous entourer des bonnes personnes.
8. Savoir vous servir d'internet est plus commode de nos jours.

Cela vous surprend ? Il faut démystifier, ce n'est pas forcément dans les hautes écoles de commerce que l'on trouve les entrepreneurs.

Etre entrepreneur est un état d'esprit qui se cultive.

Savez-vous que 50 % des personnes les plus riches des Etats-Unis n'ont pas fait d'études supérieures ?

Savez-vous qu'Henry Ford qui a créé les plus grandes usines de fabrication automobile n'a été que trois ans à l'école ?

Savez-vous que Bill Gates, fondateur de Microsoft a abandonné ses études universitaires ?

Savez-vous qu'Albert Frère a dû reprendre les affaires de famille à 18 ans, ne lui laissant pas la possibilité de faire des études universitaires ?

# Suivez votre désir de devenir entrepreneur et transformez-le en une histoire passionnante

Devenir indépendant est un grand changement car il suppose de quitter le statut de « dépendant ». Lorsqu'on est salarié ou au chômage, on est en effet dans une situation de dépendance par rapport à ses revenus qui proviennent chaque mois d'un employeur ou de l'Etat.

Dans le statut d'indépendant, votre salaire n'est absolument pas garanti, ce qui constitue un frein majeur pour beaucoup d'entre vous et impose de **revoir votre état d'esprit** sur la façon de vivre.

Vous devrez donc **apprendre à vivre en sécurité dans l'insécurité**.

Votre salaire en tant qu'indépendant dépendra de votre savoir-être, de son savoir-faire,... qui attirera vos clients.

Par conséquent, pour que vos revenus soient stables et réguliers, vous devrez élaborer une stratégie pour vendre votre produit ou service à vos clients (le marché).

A terme, la situation peut s'inverser.

Quand votre affaire tournera de manière efficace générant des bénéfices, votre situation sera tout aussi confortable voire plus confortable qu'un salarié. Le salarié, s'il perd son emploi il perd tout, tandis que l'indépendant s'il perd un client et qu'il en a beaucoup, cela n'a pratiquement aucun impact (sauf s'il a commis une erreur de gestion et que ce client représente la majorité de son chiffre d'affaires).

Nous abordons dans un premier temps les conseils qui vous concerne vous, à titre personnel, la partie business viendra dans un deuxième temps.





partie I  
votre développement personnel



Devenir indépendant et créer une entreprise est un projet simplement ambitieux : faire de votre passion, votre métier.

Cela requiert une méthode précise:

IDEE – PASSION – CONVICTION – STRATEGIE – VALEURS – ENERGIE – DISCIPLINE – LIENS AVEC D'AUTRES PERSONNES – COMMUNICATION

### 1. L'IDEE



Tout projet d'entreprise part d'une simple idée. La chaise sur laquelle vous êtes assis, le livre que vous tenez en main, le PC que vous utilisez, votre téléphone portable, voiture, cuisine, salon, ... est parti de l'idée simple d'une personne.

Il n'y a pas d'idée folle. Lorsque J.F. Kennedy a déclaré que l'homme marcherait sur la lune, beaucoup de personnes ont dû en rire et pourtant, à 03.56 Hr de notre heure, la nuit du 20 au 21 juillet 1969, Neil Armstrong foulait le sol lunaire en disant cette phrase laissée à la postérité : « un petit pas pour l'homme, un grand pas pour l'humanité ».

Quelle est donc votre idée de départ ?

### 2. LA PASSION

La passion naît d'un désir qui allume une petite flamme en vous que vous allez entretenir chaque instant, chaque jour, pour devenir un brasier qui s'enflammera de plus en plus belle, se transformant en passion débordante.

Le désir d'entreprendre se transformera en une passion qui va vous dévorer, vous dynamiser, vous obséder parfois. Cette passion va vous pousser à vous dépasser, à vous surpasser, à affronter tous les obstacles qui se présenteront à vous.

Chaque obstacle franchi sera une victoire qui vous redonnera du courage, de la force, de la détermination.

Winston Churchill disait « **la réussite, c'est d'aller d'échec en échec avec enthousiasme !** ».

### 3. LA CONVICTION

C'est en cultivant votre conviction au jour le jour que vous développerez une confiance en vous qui deviendra inébranlable. Si vous avez la conviction que vous réussirez, que vous avez la capacité d'affronter tous les obstacles qui se présenteront à vous, vous atteindrez votre objectif.

Ne vous mettez pas de limite ! Si vous avez peu de conviction, peu de confiance en vous, vous échouerez car votre esprit vous répètera sans cesse : « ce n'est pas possible, tu n'y arriveras pas ».

Les personnes qui réussissent savent ce qu'elles veulent et ont la conviction qu'elles peuvent l'obtenir.

**VOUS AVEZ LA CAPACITE DE REUSSIR TOUT CE QUE  
VOUS ENTREPRENEZ, N'EN DOUTEZ PAS !**



#### **4. LA STRATEGIE**

La passion et la conviction fournissent la force de propulsion qui conduit à la réussite. Mais cette force de propulsion ne suffit pas. On n'a pas lancé les fusées dans l'espace à l'aveuglette !

L'idée, la passion et la conviction ne sont que le carburant de la fusée, pour le reste il lui faut un objectif, une direction et un plan de vol.

Tout cela constitue la stratégie. La stratégie est la façon dont nous utilisons nos ressources tant personnelle que financière. Vous devrez donc utiliser vos ressources de la manière la plus efficace.

Avoir une stratégie, c'est admettre que les meilleurs talents et les plus grandes ambitions doivent aussi trouver le meilleur chemin.

#### **5. VOS VALEURS**

Quand on parle d'un grand personnage comme Nelson Mandela, Martin Luther King, Mère Theresa, ... on évoque leurs qualités humaines et les valeurs fortes d'humanisme qu'elles portaient en elles.

Les valeurs sont en effet des jugements fondamentaux d'ordre éthique, moral ou pratique que nous portons, qui nous animent et qui comptent vraiment pour nous. Elles constituent un ensemble de convictions sur ce que nous jugeons bon pour nous-mêmes et pour autrui.

Vivre en accord avec nos valeurs nous pousse à bien faire et faire et le bien, ce qui donne de la force car nous contribuons au développement de notre bien-être personnel mais aussi de tous ceux qui nous entourent.

Avez-vous une idée claire de ce qui donne sens à votre vie ?

Répondre à cette question est essentiel et existentiel.

La connaissance des valeurs auxquelles vous êtes attachés est un des éléments les plus féconds dans la poursuite de votre réussite et dans chacune de vos actions.

#### **6. L'ENERGIE**

Il est pratiquement impossible de se diriger vers la réussite d'un pas nonchalant. Les gens qui réussissent profitent des occasions ou les suscitent. Ils vivent comme s'ils étaient obsédés par l'éventualité qu'une occasion extraordinaire s'offre à eux chaque jour. Beaucoup de gens ont une passion à laquelle ils croient, ils connaissent la stratégie qui permettra d'atteindre leur but et leur passion est en accord avec leurs valeurs auxquelles ils sont attachés. Mais ils leur manque la vitalité nécessaire pour agir à bon escient. Une grande réussite est inséparable de l'énergie physique, intellectuelle et spirituelle qui permet de tirer le meilleur parti de ce que nous avons entre les mains.

Nous verrons plus loin les 6 sources d'énergie à entretenir pour garder le cap et arriver à bon port.

## 7. LA DISCIPLINE

Sans discipline, vous n'arriverez nulle part.

L'équilibre entre créativité et discipline est tout un art à maîtriser pour créer son entreprise. La créativité permet d'explorer des champs bien au-delà de nos limites. La discipline nécessitera par contre de mettre un cadre, des objectifs, un plan et demandera de la rigueur pour trouver le bon équilibre et s'y maintenir.

La difficulté pour l'entrepreneur est qu'au fur et à mesure que son projet avance, que sa passion se développe, que son énergie augmente, sa créativité devient débordante et finalement le « paralyse ». Il veut toujours faire mieux : il modifie son projet tous les jours, l'agrandit, l'embellit, le développe, bouleverse tous ses plans, repousse son développement et son lancement.

Résultat : « Le mieux est l'ennemi du bien ».

Si vous modifiez vos plans et changez vos objectifs tous les jours, vous dérogez alors à la rigueur que vous vous étiez imposée et votre projet s'en verra bloqué par manque de discipline.

## 8. L'ART DE SE LIER

Presque toutes les personnes qui réussissent ont une faculté exceptionnelle de se lier aux autres, ce don d'entrer en relation avec les gens, quelles que soient leur origine sociale et leurs idées. La réussite se trouve au fond de vous-même car chacun éprouve en lui le besoin d'établir des relations durables avec autrui et de nouer des échanges qui enrichissent les deux parties.



C'est cette capacité qui vous guidera à élaborer d'excellents rapports avec votre personnel, vos clients, vos fournisseurs, votre banquier,... soit toutes les parties prenantes autour de vous.

Cette qualité vous fera apprécier de vos clients et concourra à vous construire une réputation forte, qui constitue le meilleur argument de vente qui soit.

N'allez-vous pas vers un artisan boulanger, boucher, garagiste, restaurateur,... pour la gentillesse de son accueil, sa passion qui se retrouve dans son produit, la volonté que son produit ou service vous procure du plaisir et qui entretiendra une relation quasi amicale avec lui ?

## 9. LA COMMUNICATION

Votre façon de communiquer avec les autres et avec vous-même détermine la qualité de votre vie.

Avec les autres, votre réussite dépendra de votre capacité à communiquer votre vision, votre cheminement, votre joie et les difficultés que vous avez affrontées et que vous avez surmontées.

Avec vous-même, vous devez maîtriser la façon dont vous vous parlez intérieurement : vous pouvez vous encourager, vous donner de la motivation, vous féliciter. Si vous vous critiquez sans cesse, vous traitez de noms d'oiseaux à la moindre occasion, vous dites que vous êtes nul, ce sera comme un poison que vous vous distillerez petit à petit et qui éteindra votre passion et mettra fin à votre belle énergie de départ.

Il est évident qu'aller vers l'autre et communiquer n'est pas chose aisée, pour personne. Mais si vous êtes bienveillant avec vous-même, vous dégagez une bonne énergie et cela vous aidera dans les relations. Votre personnel et vos clients viendront vers vous car vous serez ouvert au dialogue, et vous établirez des liens solides et durables. Vous pouvez alors communiquer alors votre façon d'être, votre bonne humeur, votre volonté de bien faire et de faire le bien.



### a. Passion

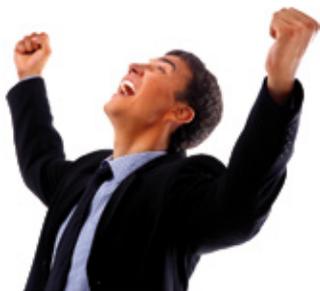
### b. Discipline

### c. Energie

### d. Intégrité

## a. Comment développer votre passion ?

Focalisez votre esprit sur tout ce qui vous épanouit, ce qui vous intéresse et ce qui vous passionne. Faites un travail quotidien : élaborer la liste de ce qui vous passionne et imaginez comment en faire votre métier. Votre idée de base qui vous a soulevé vous indique que vous êtes sur la bonne voie. Prenez maintenant vos renseignements, contactez des personnes, lisez un maximum de livres sur le sujet, surfez sur internet, ... TOUS LES JOURS !



Une passion part d'un désir, parfois faible et c'est en y consacrant toute son énergie que ce désir se transforme en passion. Celle-ci sera un carburant qui vous aidera à affronter les différents obstacles qui vont se présenter à vous. Lorsque vous sentirez que vous avez fait le plein de cette belle énergie, demandez-vous alors : à qui et comment vais-je vendre mon produit ou mon service ?

C'est à partir de là que vous allez rencontrer les obstacles, vous allez aller de désillusion en désillusion et vous serez tenté de baisser les bras. Si l'énergie que procure la passion n'est pas suffisante, vous abandonnerez. Si elle est suffisamment forte, vous vous relèverez après chaque obstacle.

17

## b. La discipline va devenir votre meilleure alliée

La discipline et la rigueur ne sont pas la tasse de thé de beaucoup d'entre nous. Et pourtant elles seront vos meilleures alliées dans votre réussite.

La discipline, ce sont les objectifs que nous nous fixons, les plans que nous élaborons pour arriver à nos fins, notre stratégie pour atteindre les résultats que nous nous sommes fixés.

La rigueur c'est de s'y tenir sans dévier de la trajectoire.

**Sans objectif, sans plan et sans stratégie, vous n'arriverez nulle part.** Vous resterez dans les rêves et vous ne passerez jamais à l'action.

La première chose à déterminer, c'est ce que vous voulez être dans 5 ans. Imaginez-vous que votre projet est réussi? Qui êtes-vous ? Que ressentez-vous ? Comment avez-vous fait pour arriver à cette réussite ? Décrivez votre situation, comment est-elle ?

Vous devez apprendre à rêver, c'est capital. L'imagination est bien plus puissante que la volonté. Partez de cette situation où vous avez réussi pour élaborer le plan pour y parvenir. Fixez vous alors des objectifs pour la semaine prochaine, le mois prochain, le semestre, l'année prochaine, dans deux, trois et quatre ans.

Mais la discipline c'est aussi veiller à votre état de santé et à gérer votre énergie comme décrit dans le paragraphe suivant.

## c. Les 6 sources d'énergie



Prendre le chemin de créer son job indépendant ou son entreprise, c'est prendre un chemin sinueux fait de moments extraordinaires et de moments beaucoup moins confortables.

Dès lors, veillez à votre équilibre énergétique est capital. Si vous ne rechargez pas vos batteries, vous courrez vers de graves ennuis et vous n'atteindrez pas votre objectif.

Comment va évoluer votre état d'esprit au fur et à mesure de votre avancement :

A chaque fois que votre énergie descendra, vous devrez veiller à mettre des choses en œuvre pour regagner de l'énergie, au risque de vous éteindre.

Il y a **6 sources d'énergie** sur lesquelles vous devez travailler. Vous devez impérativement travailler sur les 6 sources et ne pas se contenter de quelques unes parmi celles-ci:

### 1- le plaisir

Si vous ne prenez pas de plaisir dans la vie, dans ce que vous faites, vous évoluerez avec des pieds de plomb et il vous sera de plus en plus difficile de remonter la pente. Attention que votre projet vous procure du plaisir, c'est formidable mais l'excès nuit gravement à la santé. Si vous travaillez 14 heures par jour sous prétexte que vous y prenez du plaisir, vous venez de basculer dans des peurs et du stress que vous n'osez pas vous avouer.

### 2- la créativité

La créativité est la base de votre réussite et votre principal facteur de compétitivité. C'est le besoin de créer qui nous fait vivre. Exprimer votre créativité vous donnera beaucoup de plaisir. L'homme est une machine à transformer des rêves en réalité par sa créativité. La créativité demande beaucoup de moment de rêverie. Nous vous encourageons à vous promener avec un carnet de notes et de rêver votre projet. Avant de la concrétiser, il faut l'imaginer dans les moindres détails.

### 18 3- L'argent

L'argent ne fait pas le bonheur mais il y contribue, tout le monde connaît cet adage. Mais concrètement, comment voulez-vous réaliser votre projet sans moyens financiers? Il vous faut déjà des moyens financiers pour vos besoins de base : vous nourrir, vous loger, vous chauffer,... Par la suite, votre projet demandera des moyens financiers pour vos investissements, payer vos charges, votre salaire et le salaire éventuel de votre personnel. Le manque d'argent vous paralysera. Vos peurs prendront le dessus et vous ne pourrez plus avancer. Veillez donc toujours à votre équilibre financier.

### 4- le temps

Le temps sera soit un allié, soit jouera contre vous suivant les étapes de votre projet. Au début on prend son temps, on avance calmement, trop calmement, on rêve, on n'avance plus et les problèmes surgissent. On avance alors vite, trop vite et on brûle les étapes et les problèmes surgissent à nouveau. La meilleure façon de maîtriser l'énergie du temps, c'est d'apprendre à bien le gérer. Nous en donnons un aperçu dans notre chapitre consacré à la stratégie qui suit.

### 5- la vitalité physique

La vitalité physique est capitale. Si vous la négligez, tout le travail que vous aurez fait l'aura été pour rien si vous avez des ennuis de santé.

Pour la développer, nous vous renvoyons aux conseils très simples : bien vous alimenter de manière légère, vous hydrater à l'eau, dormir un nombre d'heures suffisant, vous oxygéner souvent, faire du sport minimum 3 Hr par semaine, méditer,...

Nous vous renvoyons vers les nombreux guides santé existant pour obtenir des plans et des méthodes très précises.

### 6- La famille et les amis

La famille et les amis sont aussi une source d'énergie importante. L'homme est un animal social. Les liens via Facebook sont intéressants mais les liens dans le monde réel, c'est encore mieux. Votre famille et vos amis doivent vous accompagner pour partager vos moments d'enthousiasme et pour vous épauler dans les moments difficiles. Ils seront aussi importants pour vous donner la réplique dans vos phases de créativité, pour valider vos idées, pour critiquer et vous proposer des améliorations. Un conseil, cultivez précieusement cette source d'énergie.

## d. L'intégrité : votre boussole pour garder le bon cap



Lorsque vous êtes connecté à vos valeurs véritables, à votre vraie nature et que vous prenez conscience de ce que vous êtes réellement, vos limites sont celles que vous vous fixez et vous êtes capable d'accomplir tout ce que vous entreprenez.

Si tous vos actes sont imprégnés de votre intention de faire les choses au mieux pour vous mais aussi pour votre personnel, vos clients, vos fournisseurs, ... et que vous gagnez mais qu'eux aussi ont gagné, vous développez alors votre intégrité et vous gagnez en énergie.

Vous entrez alors dans une spirale vertueuse qui vous aidera à grandir à titre personnel et à faire grandir votre entreprise par la même occasion.

Agir de façon intègre, c'est agir en accord avec ses propres valeurs ou les valeurs de son entreprise. Une valeur, c'est ce que vous trouvez important et qui donne du sens à votre action (responsabilité, justice,...). Par exemple, si vous voulez être digne de confiance, vous devrez être fidèle à vos promesses, vous devrez respecter tous vos engagements. Si vous dérogez à votre intégrité, vous perdez de l'énergie car vous serez rongé par la culpabilité, le remords. Quand par contre vous tenez parole, vous respectez un engagement, vous gagnez de la force, de l'énergie.

Trouver cet équilibre est comparable à la quête du St Graal. Plus vous êtes en accord avec vos valeurs humaines, plus votre développement et le développement de vos affaires se fera de manière florissante et s'inscrira dans la durée sur le long terme. Plus vous dérogez à vos valeurs, plus vous vous sentirez mal et vous mettrez en péril votre business. Les peurs sont le pire ennemi de l'intégrité. Si vous ne vous respectez pas ou que vous ne respectez pas votre personnel, vos clients, vos fournisseurs, ... tôt ou tard, la roue va tourner et vous en ferez les frais.

C'est dans les moments de stress liés aux difficultés financières rencontrées par l'entrepreneur qu'on peut mesurer sa réelle intégrité. Par peur de manquer d'argent ou de ne pas conclure une affaire, on déroge à l'intégrité, on gagne de l'argent au détriment d'un autre, on fait de « l'argent noir »; les mécanismes de la corruption sont activés par certains. Ce petit jeu ne dure jamais indéfiniment. C'est au moment où l'on croit avoir gagné, que l'on n'a pas été pris, que la roue tourne et que les ennuis commencent, mettant en péril toute votre entreprise, voire votre personne si des méfaits ont été commis.

Développer votre intégrité est le meilleur facteur de croissance de votre personnalité et de votre entreprise. La cultiver vous conduira vers l'excellence et la reconnaissance.



## Chapitre 3.

# Comment se relever après une désillusion ?



Il ne faut pas se leurrer, le chemin de la création d'entreprise est comme la vie, fait de moments formidables et de désillusions.

Dans ces moments très inconfortables, il faut se relever et apprendre de ses erreurs.

Comment faire ? Très simple : demandez-vous :

Qu'ai-je appris ? Qu'est-ce qui n'est pas encore parfait ? Que dois-je améliorer ? Que suis-je prêt à faire pour obtenir ce que je veux ? Que suis-je prêt à ne plus faire ? Comment puis-je prendre du plaisir à faire ce qu'il faut pour obtenir ce que je veux ?

Notez les réponses à ces questions, revoyez votre stratégie et relancez-vous !

## Les conseils de nos entrepreneurs sur plan personnel

Un groupe d'entrepreneurs a été interrogé par nos soins sur leur expérience personnelle et sur leur vécu. Nous leur avons présenté une série de questions et nous leurs avons demandé d'en sélectionner trois qui leurs paraissaient les plus importantes. Vous retrouverez leurs témoignages et les trois conseils qu'ils vous adressent à la fin de ce guide.

### Comment concilier vie professionnelle et vie privée ?

Tout d'abord, il faut bien communiquer et en discuter avec le conjoint avant de se lancer. Passer de la sécurité financière de l'état de « dépendant » vers l'insécurité financière et l'état « d'indépendant », cela affectera obligatoirement votre vie de couple.

Votre conjoint sera aussi affecté que vous dans l'aventure. Vous devez être bien à son écoute et entendre ses craintes, ses souffrances parfois. Vous devrez adapter votre stratégie de façon à garder le meilleur équilibre qui soit car n'oubliez pas, votre famille est une de vos sources d'énergie importante. Impliquez votre conjoint dans une partie de votre projet est aussi important. Cela lui permettra de comprendre, de suivre l'évolution de celui-ci, vous permettra de vous faire des feedbacks, des remarques, des encouragements,...

En cas de difficulté, nous vous suggérons de faire appel à une personne externe qui vous aide en toute neutralité pour vous aider dans la compréhension des attentes de chacun de façon à s'assurer que les choses soient claires pour les deux avant de commencer.

Autre élément : la gestion du temps est capitale. Nous suggérons de bien délimiter le temps de travail et le temps consacré à la famille. Cela nécessite de bien gérer le temps, de bien planifier, de fixer des objectifs et de s'y tenir.

Votre intégrité sur votre vie de couple sera aussi souvent mise à l'épreuve. Chaque fois que vous ne respecterez pas un engagement pris de commun accord avec votre conjoint, cela aura des répercussions négatives. Voyez votre conjoint comme une personne qui vous aidera à développer votre intégrité et non comme un ennemi qui vous freine dans vos projets. Ses conseils seront aussi des marques de bienveillance à votre égard.

Par ailleurs, vous devrez faire preuve tous les deux de flexibilité car si votre objectif final est clair, le chemin que vous allez emprunter le sera moins et demandera de l'adaptation permanente. Devenir indépendant, c'est aussi devoir accepter tout deux de faire de l'insécurité et de l'irrégularité son quotidien. Si on n'a jamais connu cela auparavant à titre personnel ou dans la famille, cela générera des moments inconfortables qu'il faudra surmonter.

## Quels sont les secrets d'un bon entrepreneur ?

Un bon entrepreneur doit d'abord être un visionnaire. Il doit avoir une idée de génie, de la créativité et tout mettre en œuvre pour matérialiser sa vision tout en étant réaliste. Le piège dans lequel il ne faut pas tomber est de rester dans les belles idées, un bel idéal, sans aller dans la concrétisation du projet.



Il doit être passionné et croire en son projet jusqu'au bout. Il doit affronter tous les obstacles et persévérer. Il doit porter plusieurs casquettes, ce qui lui impose de gérer son temps, ses priorités, prendre les bonnes décisions et les assumer.

Ses connaissances de la gestion sont cruciales pour garder un bon équilibre et il doit se remettre en question sans cesse pour chercher à être toujours plus efficace. Il doit aussi bien connaître ses talents et ses incompétences pour pouvoir déléguer les tâches que d'autres feront mieux que lui. C'est de cette manière qu'il gagnera chaque jour en crédibilité au fil du temps et que son personnel et ses clients lui feront une totale confiance, facteur de développement du business sur le long terme.

## Si c'était à refaire, vous relanceriez-vous ? Pourquoi ?

Nos témoins entrepreneurs sans aucune exception ont répondu oui sans hésiter.

Les raisons sont multiples et vont vous donner du courage car ces témoignages valent de l'or. Vous tiendrez le même discours lorsque vous aurez créé votre entreprise.

Les raisons principales sont :

Au bout du compte, on y a pris goût, on s'amuse, on se fait plaisir. C'est un véritable accomplissement de soi, c'est une vraie réalisation multi dimensionnelle.

On a une liberté malgré un nombre important de contraintes. On évolue énormément dans son autogestion. Celle-ci nous donne de plus en plus de liberté au fur et à mesure qu'on la maîtrise de mieux en mieux.

On développe l'amour du risque et on le contrôle de mieux en mieux au fil du temps.

Cela permet de nombreuses rencontres, l'ouverture sur le monde et vers les autres. On n'est plus un pion dans une grosse machine, on dispose d'un pouvoir de décision, on oriente sa vie dans le sens que l'on veut. C'est une véritable aventure humaine bien plus excitante que sur un jeu vidéo.

On choisit ses collaborateurs et on a donc tout le loisir de s'entourer de gens formidables et de créer une dream team dans laquelle on se sent bien.

On développe la passion de son métier chaque jour et on va d'enchantement en enchantement, même si on traverse des orages qui ne sont pas du tout confortables mais au bout du compte, on sait que le soleil va à nouveau briller et que le ciel sera à nouveau bleu quand on l'aura traversé.

La conclusion de nos entrepreneurs :

« C'est une maladie, on est tous un peu fou, mais une fois qu'on est contaminé, on ne peut plus guérir ! ».



partie 2  
votre développement « business »



# Chapitre 1. La stratégie

## Qu'est-ce qu'une stratégie ?

**La stratégie est l'art de diriger, planifier et de coordonner des actions pour atteindre un objectif.**

Si vous ne savez pas précisément où vous allez, comment voulez-vous savoir dans quel sens faire le premier pas ?

Le terme de stratégie va revenir souvent dans le vocabulaire de l'entrepreneur, la stratégie de production, la stratégie marketing, la stratégie commerciale, la stratégie financière, ...

Ce sont autant d'objectifs à fixer et à atteindre dans ces différentes matières.

Dès lors nous allons vous donner dans ce chapitre tout ce qui touche à l'organisation de la stratégie de manière générale. Les chapitres suivants iront sur les thèmes précis de stratégie c'est-à-dire : marketing et commerciale, finance, responsabilité sociétale.

## Comment se fixer des objectifs ?

Votre projet d'entreprise n'avancera que si vous vous fixez des objectifs.



Vous devez vous poser deux questions existentielles en permanence :

1. Me suis-je fixé des objectifs ?
2. Mes objectifs ne sont-ils pas trop flous, généraux ou ambigus ?

Dans un objectif clair, il n'y a pas de place pour des mots comme « rapide », « aussi rapidement que possible », « à peu près », « au mieux »,...

Un objectif doit être lié à des critères mesurables : « 4 jours », travail terminé pour le 9 mai à 14.00 Hr, une tolérance de 2 mm, un chiffre d'affaire de 125.000 EUR doit être réalisé en janvier,...

Vous devez vous fixer des objectifs clairs précis et si vous avez des membres du personnel, vous devez bien les **communiquer et vérifier que ceux-ci ont bien été entendus et compris par chacun** et qu'ils savent précisément ce que l'on attend d'eux, quels objectifs ils doivent atteindre.

### Quels premiers objectifs devez-vous vous fixer ?

**La première chose à vous fixer comme objectif est un objectif à long terme : dans 5 ans.** Fermez les yeux et imaginez «où souhaitez-vous être» ? Décrivez l'entreprise que vous avez créée ? Que vendez-vous à vos clients ? Décrivez ce que vous vendez avec précision ? A qui vendez-vous vos produits ou vos services ? Combien avez-vous de clients ? Que disent vos clients de vous ? Comment vendez-vous votre produit ou votre service ? Combien de personnes travaillent avec vous ? Comment est votre personnel avec vous ? Quelle politique sociale avez-vous ? En quoi votre produit ou service apporte du bien-être à vos clients ?

Lorsque vous aurez imaginé ce scénario à 5 ans, vous allez le revoir sans cesse jusqu'à ce que votre objectif à long terme soit extrêmement précis. Vos objectifs doivent être formulés de manière « S.M.A.R.T. ».

## Objectif S.M.A.R.T.

Un objectif « S.M.A.R.T. » est un objectif :

**S** : Spécifique et précis. Une description claire de l'objectif doit être élaborée.

**M** : Mesurable : je dois pouvoir mesurer que l'objectif est atteint.

**A** : Agréé : celui/celle qui fixe les objectifs et celui/celle qui doit les atteindre sont bien d'accord tous les deux.

**R** : Réaliste : l'objectif ne doit pas être trop facile à atteindre, ce qui laisserait des talents improductifs, ni ne doit être trop ambitieux, ce qui, à long terme démoraliserait les troupes.

**T** : Timing bien précis, une date bien déterminée ainsi que des étapes ont été définis suivant un calendrier précis.

## Planification

Après avoir établi votre objectif S.M.A.R.T. à 5 ans, vous allez devoir écrire le plan précis pour atteindre cet objectif. Pour ce faire, vous allez élaborer un plan rétroatif des objectifs intermédiaires : à 4 ans, à 3 ans, à 2 ans, à 1 an, à 6 mois, à 3 mois, à 2 mois, à un mois, à 3 semaines, à deux semaines, à une semaine et terminer par fixer votre premier objectif à atteindre immédiatement. Ce premier objectif, si minime soit-il, est votre premier pas vers votre objectif final.

Mettez tout cela sur papier et revoyez une à deux fois par mois votre plan et vos objectifs. Vos objectifs intermédiaires peuvent évoluer mais pas votre objectif à 5 ans.

Cela vous permettra de voir si vous gardez le cap sur l'avancée de votre projet, si vous êtes en retard ou en avance. C'est un peu comme une course de voiliers. Vous avez votre destination qui est bien précise mais l'évolution des vents et du climat vont vous faire changer votre plan de navigation tout au long de la route, mais vous ne changerez jamais de destination.

## Objectifs IMPEC

Lorsque vos objectifs à long terme et votre plan seront bien déterminés, fixez-vous alors des **objectifs à court terme IMPEC**. Que sont des objectifs IMPEC ?

**IM** : Immediate Money : fixez-vous des objectifs à atteindre qui vous rapporteront de l'argent le plus rapidement possible. Votre trésorerie sera votre thermomètre (voir le chapitre consacré à la finance). Lorsque vous aurez une trésorerie confortable, vous vous sentirez à l'aise dans le développement de votre projet d'entreprise tandis que si votre trésorerie est très souvent à sec, un sentiment d'insécurité viendra vous paralyser et vous aurez toutes les difficultés du monde à faire évoluer votre projet.

**P** : Profit : cet objectif à atteindre doit vous rapporter de l'argent. Vous devez gagner votre vie et dégager un bénéfice.

**E** : Epanouissement : vous devez vous épanouir dans l'atteinte de cet objectif, tout simplement parce que ce que l'on fait dans le plaisir nous donne de l'énergie et que nous le faisons vite et bien. Si vous n'êtes pas épanoui dans l'atteinte de vos objectifs, vous le faites avec des pieds de plomb et vous mettez beaucoup trop de temps pour le faire et vous ne faites dès lors pas de profit.

**C** : Capitalisable : chaque action doit contribuer à créer de la valeur pour votre entreprise et doit contribuer à atteindre votre objectif à long terme



# Comment prendre de bonnes décisions ?

Etre entrepreneur, c'est prendre sans cesse des décisions. Ne pas en prendre ou en prendre de mauvaises hypothéquerait l'avenir de votre projet.

## Les freins à la décision

Il y a 4 facteurs qui nous font prendre de mauvaises décisions :

1. L'inconscience, le manque de recul et de regard critique
2. La mauvaise gestion du temps
3. Qui trop embrasse mal étreint !
4. Le processus de prise de décision

Voyons cela de plus près !

Pour le premier point, le conseil que l'on peut donner est de prendre du recul, de consulter des avis extérieurs. Formez un réseau de personnes qui pourront vous conseiller et vous éclairer car elles disposent d'une expertise en la matière et vous apporteront la connaissance nécessaire pour vous guider.



Une petite astuce au passage : faites une liste de tout ce que vous avez à faire avec les dates butoirs auxquelles ces tâches doivent être réalisées.

Ensuite classez-les en 4 groupes :

1. Important et urgent
2. Urgent et pas important
3. Important pas urgent
4. Pas important pas urgent

27

Les tâches importantes et urgentes doivent être traitées en premier lieu, sous peine de conséquences fâcheuses. Par contre, c'est là que vous devez appliquer les principes de la délégation pour déléguer ces tâches vers d'autres personnes.

Pour connaître l'importance réelle d'une action, demandez-vous quelles conséquences négatives devriez-vous subir si vous ne la faisiez pas. Si les conséquences sont minimales, alors n'entreprenez pas l'action.

Dans la catégorie des choses importantes et pas urgentes on retrouve bien souvent la planification, l'organisation de vos objectifs. Lorsque vous remettez à plus tard ces actions, le danger est que vous jugiez plus importantes des actions qui ne le sont pas. Or repousser la mise en ordre de votre organisation et votre planification, revient à mettre en péril votre entreprise sur le moyen et le long terme.

Dans les tâches peu importantes et peu urgentes, on trouve l'évasion : surfer sur le net sans but précis, passer trop de temps sur Facebook, discuter au téléphone, lire les courriels de blagues, les newsletters, ... mais celles-ci ne sont pas reprises sur votre liste de tâches et pourtant, c'est là qu'on perd du temps.

Bien souvent, si vous vous observez bien et que vous prêtez attention à toutes les tâches mangeuses de temps, vous vous rendez compte combien être rigoureux dans la gestion du temps est quelque chose de difficile pour beaucoup d'entre nous.

Qui trop embrasse mal étreint ! bien souvent les entrepreneurs ont une fâcheuse tendance à prendre plus qu'ils ne peuvent et finalement, ils risquent de tout perdre, à commencer par la santé.

Qui n'a pas été confronté à des entrepreneurs qui viennent commencer des travaux chez vous et qui ne viennent jamais les terminer ? Pourquoi ? Simplement parce qu'ils ont peur de « louper » des clients ou de manquer des clients. Alors ils prennent sans regarder leur planning et ont peur de donner des délais longs de quelques semaines.

Et ce qui est paradoxal, c'est que si l'entrepreneur sait mettre ses limites pour servir ses clients aux mieux, il va attirer en fait les meilleurs clients à lui car ils se disent que c'est un bon entrepreneur vu que les délais d'attente sont longs. Tandis que les clients qui veulent que vous commenciez tout de suite, seront très exigeants et seront la source de beaucoup de vos problèmes. Ils prétexteront vos petits manquements suite à votre désorganisation pour ne pas vous payer.

## Le processus de prise de décision

1. Rassembler un maximum d'informations dont vous avez besoin pour votre réflexion avant toute action.
2. Dormez dessus. Prenez du temps, laissez passer une journée avant de décider, cela évite de se laisser envahir par les émotions, la panique ou l'enthousiasme et permet de mieux cerner le problème. Vous ne perdrez pas l'opportunité pour autant.
3. Etudiez les alternatives. Réfléchir aux alternatives permet toujours de renforcer sa décision, d'y cerner les avantages et les inconvénients ainsi que de négocier plus fermement.
4. Mettez de la flexibilité dans vos choix. Notre monde va très vite et évolue très vite. Ne vous enfermez pas dans la rigidité. Ayez l'attitude la plus flexible et la plus réversible possible.
5. Sollicitez un avis extérieur : demandez des avis, demandez qu'on vous critique sans avoir peur de la critique, cela vous aidera à éviter pas mal d'erreurs.
6. Pour les décisions importantes, organisez votre réflexion en deux temps : échanges en groupe et réflexion seul. Décidez seul et à tête reposée avec les informations et avis recueillis.
7. Faites un tableau avec toutes les solutions possibles sur les lignes et tous les critères sur les colonnes. Évaluez chaque critère en donnant des points de 0 (très négatif) à 3 (très positif). Faites les totaux et identifiez la solution qui reçoit le plus de points : vous avez la solution. Vous pouvez pondérer en attribuant des notes plus importantes en fonction du critère.



## Conseil sur les prises de décision

- Que la prise de décision ne coûte pas plus cher en euros que l'objet de décision.
- Ne prenez pas de décisions importantes en réunion car trop de facteurs vous ont influencés. Prenez du recul, suivez le processus décrit ci-haut et décidez.
- Ne décidez jamais de manière spontanée devant un vendeur car vous aurez difficile à revenir sur votre décision par la suite.
- Les décisions en équipe doivent se prendre dans un environnement adéquat : réunion programmée avec ordre du jour, salle de réunion avec tous les éléments bien visibles, ...
- Dressez un tableau de bord des décisions importantes prises et des résultats obtenus. Vous pourrez alors affiner vos décisions par la suite.
- Ne négligez pas l'imprévu souvent imprévisible ! par exemple, dans un investissement, laissez une marge d'erreur de plusieurs pourcent en fonction de la tolérance que vous aurez déterminée précisément.

## Comment prendre des risques calculés ?

Devenir indépendant, c'est risqué nous répète-t-on sans cesse !

En vous levant le matin et en descendant les escaliers, ne prenez vous pas le risque de tomber dans ces escaliers ? Et en roulant en voiture ? Et en traversant la chaussée ? Et en roulant en VTT dans les bois ? Et en faisant du ski ? Et en prenant l'avion ? Et ...

Vivre, c'est prendre des risques et l'inertie vous affaiblit et vous éteint à petit feu, vous vidant peu à peu de votre énergie.

Pour aller à vélo, comment vous y êtes-vous pris ? Vous êtes monté sur le vélo et hop, vous êtes partis en équilibre ?

Si c'est le cas, vous êtes un surdoué. La plupart d'entre nous y sommes allés petit à petit, en essayant, tombant, réessayant, en modifiant sa stratégie et en retombant, et ... jusqu'à l'équilibre, précaire mais en équilibre.

Par la suite, maîtrisant bien le vélo, vous alliez de plus en plus vite jusqu'à exceller dans la conduite du vélo. Et si vous aviez mal évalué les risques par la suite, vous avez fait des chutes qui vous ont rappelé à l'ordre car vous aviez fait une erreur d'appréciation.

Et bien pour développer son entreprise, il en va de même. Vous devez prendre des risques, faire une succession d'essais et d'erreurs jusqu'à ce que vous trouviez l'équilibre.

**La clé : après une erreur: modifier votre stratégie pour effectuer un nouvel essai.**

N'oubliez pas cette étape car on prête à Einstein qu'il définissait la folie comme :

« la folie, c'est recommencer toujours la même chose et croire que l'on va arriver à des résultats différents ».



### Les 5 étapes pour bien gérer les risques

1. Répertorier les risques par type de fonctions : ressources humaines, production, finance, marketing, commercial, logistique, ...
2. Dans la colonne suivante : décrivez le scénario catastrophe si le risque apparaissait.
3. Imaginez les conséquences directes et indirectes des scénarii catastrophe décrits.
4. Classer les conséquences des plus graves au moins graves.
5. Traitez-les par ordre de risque et élaborer des solutions, plusieurs solutions.

Dans une entreprise, les sources de risques sont nombreuses : financiers, ressources humaines, environnement, sécurité et hygiène, production, commercial, organisation, marketing, management, juridique, social, fiscal, relations avec les tiers, licences, exportation, réputation, ...

Lorsque vous avez élaboré votre matrice de gestion des risques et que vous avez élaboré les solutions, faites appel à un regard extérieur, spécialiste en la matière car il est impossible que vous soyez un expert dans tous les domaines cités ci-dessus. Construisez avec lui la solution finale qui éteindra ce risque par la mise en œuvre d'un plan d'action.

N'attendez pas le dernier moment en laissant pourrir les situations car plus vous mettez du temps à réagir, plus les risques augmentent et plus vous mettez votre entreprise en péril. La politique de l'autruche est la dernière à adopter. Plus vous trouverez le courage d'affronter les problèmes et de les résoudre, plus cela vous donnera de la confiance en vous.

Par la suite, passez en mode « prévention de risque » car le dicton « il vaut mieux prévenir que guérir » prendra tout son sens. Il est plus facile de traiter des petits problèmes liés à des petits risques mineurs plutôt que de devoir déclencher des plans catastrophe et beaucoup d'énergie humaine et financière pour vous sortir du gouffre dans lequel vous êtes allé vous mettre.

**Laissez toujours de la marge de manœuvre dans votre agenda pour gérer les imprévus** car il y en a toujours, c'est indéniable. Cela vous permettra d'agir sereinement et non dans la précipitation qui génère des émotions très désagréables.

Tout ce qui est capital à l'entreprise doit être assuré. Vérifier bien vos contrats d'assurance et veiller à ne pas « surcouvrir » vos couvertures car elles coûtent chers. Faites évoluer vos couvertures d'assurance en fonction du développement de votre entreprise.

Si vous êtes mariés, n'oubliez pas les contrats de mariage, succession, immobilier,...

Le recours à des experts financiers, ressources humaines, comptables, fiscaux, sociaux, juristes, ... est malheureusement vu comme un coût et non comme un gain sur la maîtrise des risques. On voit ce que cela coûte, mais on n'évalue pas les gains sur le long terme.

Un conseil : consacrez un budget un peu moindre pour une voiture de société et consacrez la différence en conseils externes. Sur le long terme, vous récupérerez cent fois cette somme. C'est un investissement pour assurer votre pérennité.

Vous y gagnerez aussi par la diminution de stress et cela vous permettra de dormir sur vos deux oreilles. La paix de l'esprit n'a pas de prix !

Les catastrophes surviennent quand on a un excès de confiance et que l'on brûle les étapes.

Quand on démarre son entreprise, on est pétrifié par la peur et on ne voit que des risques partout. Il faut avoir le courage de les traiter un à un et de les résoudre. C'est comme cela que vous construirez votre confiance en vous. Résoudre des problèmes procure une sensation formidable lorsqu'on a trouvé la solution.

Par contre, par la suite, c'est l'inverse, on a tendance à prendre des risques démesurés et on est tellement à l'aise qu'on ne prête plus attention à ceux-ci et c'est le crash, petit ou grand.



30

## Les conseils de nos entrepreneurs en matière de stratégie de développement

### Comment élaborer-vous votre stratégie ?

La stratégie se rêve dans un premier temps. On rêve de produire un bien ou un service d'abord, on imagine les clients à qui on va vendre ensuite.

Pour ce faire, nous vous recommandons de vous mettre au vert chaque fois que vous devez penser stratégie. Allez vous promener avec un carnet de note et notez tout ce qui vous passera par la tête.

Cette imagination crée une vision d'avenir de votre activité.

**La première étape consiste à élaborer une stratégie à long terme : 3 à 5 ans.** Même si cela paraît utopique, il faut décrire votre vision le plus précisément possible. Vous ne l'écrirez pas précise à la première fois. C'est en y revenant chaque jour pendant un moment que vous allez l'affiner. C'est quand vous la sentirez parfaite au fond de vous-même et que votre motivation sera à son comble que vous allez passer à l'action de manière efficace.

Partant de ce que l'on a imaginé, il faut élaborer le bien ou le service qui va satisfaire le client.

**La clé de la réussite tient dans la maîtrise de son produit et de son marché (les clients à qui l'on va le vendre).**

Idéalement, il faut détecter un marché vierge, dans lequel il n'y a pas encore de concurrence car il faut offrir quelque chose que les autres ne font pas ou il faut le faire de manière inhabituelle, ou s'adresser à une clientèle inhabituelle.

Il faut être différent et apporter une plus-value au client. Vous devez trouver le point faible du marché pour y entrer car vous allez apporter quelque chose que le client attend avec impatience.

Si on va sur un terrain très concurrentiel, c'est plus compliqué car il va falloir être très fort dès le démarrage pour s'imposer au côté des concurrents.

Cette vision va se transformer en objectifs à atteindre sur les différents plans abordés dans ce guide et la clé résidera dans l'art de les atteindre dans les délais fixés.

Votre réussite tiendra sur la connaissance des souhaits de vos clients, la maîtrise de votre produit et sur la politique de prix que vous allez pratiquer de façon à ce que ce soit rentable pour vous.



Une bonne stratégie voit des clients et des producteurs heureux de l'échange où le client a gagné en satisfaction et le producteur en monnaie sonnante et trébuchante.

31

### Comment fixer des objectifs ?

Pour développer son business et atteindre des objectifs, cela demande de **bien savoir ce que l'on veut vendre, à qui et comment ?**

Les objectifs doivent faire suite à une **stratégie de développement** bien pensée qui va se traduire en un **plan d'actions** et en une succession de nombreux objectifs à atteindre, dans un **ordre bien précis**.

On ne va pas préparer la publicité d'un produit avant de l'avoir conçu, par exemple. Cela peut paraître évident mais bien évaluer l'ordre dans lequel doivent être réalisés ces différents objectifs est un art subtil.

Inscrivez tous les objectifs que vous devez atteindre et leur échéance sur papier. Classez-les par dates d'échéance et par priorité.

Formulez vos objectifs de façon « **S.M.A.R.T.** » et n'oubliez pas de **déléguer**.

Il est impossible de tout faire seul sous peine de prendre beaucoup de temps pour concrétiser son projet et cela risque de vous décourager.

Attribuez des objectifs et des tâches à réaliser aux bonnes personnes. Donnez-leur des objectifs S.M.A.R.T. bien concrets et compréhensibles afin que ces tâches soient bien exécutées à temps et à heure, de façon optimale. Et si vous êtes seuls : trouver de l'aide, élaborer un réseau de personnes ressources pour vous aider.

En fonction des priorités, fixez-vous des objectifs « SMART » et « IMPEC »

## Comment organisez-vous vos tâches et gérez-vous votre temps ?

Nous travaillons en fonction des échéances. Un bon échéancier permet d'élaborer des plans et de planifier le temps à pouvoir consacrer à l'ensemble des tâches.

Il faut pouvoir gérer son temps car nous sommes sous pression à certains moments et moins à d'autres. Il est impossible de travailler sous pression tout le temps car le stress s'installe et c'est le dérapage, l'effondrement car celui-ci dure depuis trop longtemps.

Bien que lorsqu'on travaille sous stress, nous sommes très efficaces car on va à l'essentiel mais travailler tout le temps dans cet état d'esprit est impossible sur le long terme. Nos émotions prennent le dessus et nous devenons brouillons, nous ne savons plus où sont les priorités, nous faisons du travail inutile, nous sommes de mauvaise humeur et très irritables et c'est le clash.



Le conseil que nous pouvons donner est de bien gérer son temps pour ne pas générer trop de stress. Prévoyez des moments pour vous ressourcer afin de recharger les batteries.

Travaillez de manière bien structurée : élaborer des listes de tâches journalières et hebdomadaires, fixez bien le calendrier et les priorités.

Découpez ensuite les tâches en sous-tâches et faites un plan.

# Chapitre 2. Le marketing et commercial

## Pourquoi le marketing et le commercial comptent autant que votre produit ?

Le marketing consiste en un ensemble d'actions ayant pour objectifs d'étudier et d'influencer les besoins des consommateurs et de réaliser en permanence les adaptations de la production et des fonctions commerciales selon les besoins identifiés chez les clients.

Le marketing détecte les besoins, transmet les infos pour que les biens et services soient créés conformément à ce que les clients attendent et ils en font la promotion par la suite.

Le commercial est lié à la vente des biens et services aux clients.

Savoir vendre son produit ou service est aussi capital que de le fabriquer.

C'est souvent là que la machine cale car le créateur doit affronter ses peurs d'aller vers le client et de « se vendre », ce qui n'est pas agréable pour beaucoup de personnes, on vous rassure.

Après avoir bien déterminé ce que vous aller produire, vient la question cruciale : « à qui le vendre et comment ? ».

Il n'y a pas de recette miracle. Vous devez aller vers le marché et interroger les personnes susceptibles d'acheter ce que vous vendez.

Vous devez être « **orienté client** », c'est-à-dire que vous devez lui offrir ce que LUI désire, pas uniquement ce que vous désirez. C'est une erreur que l'on rencontre très souvent chez les créateurs d'entreprise, ils se font plaisir mais oublient que le client doit éprouver autant de plaisir que lui dans la transaction, sinon vous aurez déployé une énergie énorme pour rien. Et si les rentrées financières ne suivent pas, c'est la fin de votre aventure.

Le contact avec vos futurs clients est capital. Soit vous faites une étude de marché dans les règles de l'art soit vous interroger toute une série de personnes autour de vous. Attention, ne demandez pas qu'à vos amis et connaissances car s'ils ne voient pas l'intérêt de votre produit, ils n'oseront peut-être pas vous le dire.

Allez dans l'inconnu. Prenez le risque que l'on vous dise de nombreuses fois « non, cela ne m'intéresse pas » car vous aller beaucoup apprendre dans ce cas.

Vous allez apprendre à ce qu'on vous dise « non » et ce n'est pas agréable à entendre au début. Mais vous pourrez alors approfondir et demandez à cette personne pourquoi votre produit ne l'intéresse pas ? Comment devrait-il être pour qu'il commence à s'y intéresser, que devriez-vous modifier, ... ?

Les premières fois ne sont pas confortables mais après, vous serez « vacciné » contre les « non » et vous devrez continuer. Si après le « non », vous posez la question du « pourquoi ? », alors ces personnes vous seront très utiles.

Elles vont vous aider à revoir votre produit et cela vous permettra de l'adapter jusqu'au moment où le nombre de « oui » augmentera. Viendra un moment où vous n'aurez plus à démarcher, votre produit sera parfait, votre réputation sera faite et ce sont les clients qui viendront vers vous et plus le contraire.

Si derrière chaque non, vous obtenez des conseils pour améliorer votre produit, alors vous serez gagnant.

PROMOTION  
SALES  
VIRAL  
MARKET  
ADVERTISING  
OBJECTIVES  
PRICE  
INTERNET  
TARGET

## Qu'est-ce qu'une étude de marché ?

C'est la mise en œuvre de techniques de collecte et de traitement d'informations ayant pour objectif de mieux connaître un marché, dans le but de réduire l'incertitude des décisions ultérieures<sup>1</sup>.

L'objectif d'une étude de marché est de fournir les informations adéquates pour comprendre les dimensions d'un problème, par exemple : qui va être intéressé par acheter notre produit ? Faut-il un emballage de luxe ou un emballage simple ? Pourquoi le nombre de clients diminue-t-il ?



### Les 4 étapes d'une étude de marché

Une étude de marché ne se fait pas à l'aveugle. Elle est très importante et doit être faite avec rigueur.

Il y a 2 types d'études de marché : qualitative et quantitative. L'étude qualitative se concentrera sur la qualité de votre produit, l'étude quantitative se concentrera sur le chiffre d'affaires que vous voulez réaliser :

Combien ? Où ? Quel canal de distribution? ...

L'étude de marché se compose de 4 étapes bien précises :

#### **1<sup>ère</sup> étape : bien cadrer l'étude de marché**

Il faut traduire le problème initial en questions d'étude. Cela nécessite une analyse préalable car la première tâche est de définir le problème à étudier, ce qui revient à traduire une préoccupation marketing en question d'étude. L'étude documentaire facilite souvent la réalisation de cet objectif.

Vous devez rédiger un tableau décrivant :

1. la question précise
2. les objectifs de l'étude envisageable
3. les techniques d'études possibles

#### **2<sup>ème</sup> étape : collecte des informations**

C'est l'étude « de terrain ». Pour une étude quantitative, il faudra construire un sondage, rédiger un questionnaire, aller questionner sur le terrain.

Pour une étude qualitative, il n'existe ni plan ni sondage, ni questionnaire. Les informations sont fournies dans des entretiens individuels en profondeur ou des réunions de groupe, selon une trame formalisée dans le guide d'entretien que vous aurez élaboré au préalable.

L'étude documentaire a pour objectif :

1. cadrer un problème d'étude
2. connaître l'environnement du marché
3. évaluer le potentiel du produit

A vous de savoir où aller chercher vos informations. Demandez des conseils autour de vous pour que vous puissiez gagner du temps. Si vous ne savez pas où chercher, vous risquez de chercher pendant longtemps.

### 3<sup>ème</sup> étape : analyse des informations

Les données quantitatives font l'objet de traitements statistiques. Les données qualitatives sont retranscrites et analysées par les spécialistes de la production.

Vous procéderez par étape :

1. mise à plat des données récoltées dans les interviews
2. Catégorisation : repérer les catégories : après quelques lectures, vous détecterez les thèmes, les mots clés, les évocations qui apparaissent le plus souvent.
3. Codification : élaborer une grille d'analyse des différentes catégories, ventilez vos données en fonction des catégories déterminées.
4. Quantification : on calcule la fréquence d'apparition des différentes catégories en fonction soit du poids des catégories, soit de la hiérarchie des catégories

### 4<sup>ème</sup> étape : rapport d'étude

Le rapport représente la face visible et concrète de l'étude. De la clarté et de la pertinence de celui-ci dépendra l'efficacité des décisions que vous allez prendre.

On doit y retrouver les points suivants :

1. Préliminaire
2. Méthodologie
3. Analyse des résultats
4. Conclusion et recommandations

## Quel est le profil des clients de nos jours ?

35



Nous ne sommes pas identiques. Néanmoins des experts en marketing ont défini le portrait robot des consommateurs de notre époque et des tendances de leur évolution dans l'avenir<sup>2</sup> :

Le client actuel a le profil :

- Raisonnable
- Calculateur
- Versatile et « zappeur »
- Affectif
- Sélectif
- Opportuniste
- Pragmatique

Les observations indiquent qu'il veut aussi de plus en plus :

- d'informations honnêtes et transparentes
- de proximité
- de présence
- de souplesse
- d'authenticité

<sup>2</sup> *Pratique de gestion de petites entreprises, O.Kahn - F. Parissier, asbl Business Tools*

Par conséquent, décrivez bien votre valeur ajoutée et l'intérêt que votre client retirera de votre produit ou service.

Développez les contacts individuels et personnaliser vos services. Impliquez vos clients comme partie prenante importante de votre entreprise. N'hésitez pas à les consulter, demander leur avis. S'il a la possibilité de contribuer au processus de fabrication de votre produit ou service, cela renforcera le lien avec lui.

N'oubliez pas qu'un client très satisfait est la meilleure publicité pour vous. Plus il sera enthousiasmé par votre produit, plus il en parlera autour de vous, moins vous aurez de budget marketing à consacrer.

C'est une des premières sources de financement de la politique marketing : les euros qu'on ne doit pas dépenser car le produit est vendu par les clients et non vos commerciaux.

## Comment apporter LA solution à votre client ?



Quoique vous vendiez, un produit ou un service, l'essentiel se trouve dans la qualité du service que vous allez rendre au client.

Investiguez pour connaître votre client, son style de vie, ses habitudes, ses contraintes, ses projets, ...

Adaptez votre technique de vente pour que votre produit soit la solution au client. Il doit lui apporter du bien-être, il doit être heureux d'avoir fait affaire avec vous.

Aider votre client à se faire plaisir. Vous êtes la personne la plus qualifiée pour lui en procurer.

Avez-vous déjà eu affaire à un vendeur passionné qui vous pose des dizaines de questions pour savoir précisément ce qui vous ferait plaisir ? Qui recherchera à adapter son offre par rapport à vos besoins et non par rapport au maximum de ce qu'il peut vous faire payer ?

Si vous avez déjà vécu cette expérience, prenez-la en exemple pour construire votre argumentaire de vente.

Les bonnes transactions sont les transactions win / win, c'est-à-dire où votre client repart heureux avec le service incluant un produit que vous lui avez vendu et vous qui avez pratiqué un prix correct générant un bénéfice sur la transaction, sans lui avoir fait « cracher un max ».

Cette façon de faire du business construit une réputation et une fondation solide pour le long terme.

Il faut des années pour se construire une réputation et quelques secondes pour la jeter aux orties.

N'oubliez pas que lorsque votre réputation sera devenue mauvaise, c'est une mission quasi impossible de la reconstruire. Lorsqu'on a perdu la confiance des clients, on a tout perdu et la voie vers la faillite est grande ouverte.

## Vendre avec succès par la méthode des « 8 P »

Une étude réalisée par Cooper – Calantone a démontré que **les 4 raisons de l'échec** de nouveaux produits étaient :

1. Une concurrence agressive non gérée
2. Un produit trop sophistiqué dont personne ne veut
3. Des erreurs techniques
4. Des erreurs dans la politique de prix

Quand au succès de la vente, cela tient sur **les critères des 8 P**:

voici la méthode des «4P» enseignée classiquement

**1. Produit** de qualité

**2. Place**, une distribution adaptée et performante

**3. Publicité**, une promotion efficace

**4. Prix**, correctement établi, compte tenu des variables financières, psychologiques et environnementales.

La qualité du produit ne suffit pas pour en assurer la vente. La règle des «4P» présentée ci-dessus est dépassée. **Il faut y adjoindre de nouvelles conditions de réussite centrée sur l'humain et sur l'excellence.**

**5. Personnel**, son savoir-être et son savoir-faire. La qualification du personnel mais aussi son attitude et son implication sont vitales.

**6. Perception**, bonne perception du « produit-service » proposé. La manière dont les clients le perçoivent doit être contrôlée, recadrée et optimisée par des explications pratiques, claires et compréhensibles par le consommateur.

**7. Personnalisation**, elle doit donner l'impression au client que le produit n'a été réalisé que pour lui.

**8. Processus de production**, il doit être performant pour assurer un suivi logistique impeccable, caractérisé par la rapidité, la disponibilité ou encore le service après-vente.

## Comment fidéliser vos clients ?



Il est difficile de capter un nouveau client. Par conséquent, lorsque vous aurez fait le plus difficile, faites tout pour le garder. Acquérir un nouveau client coûte, selon les statistiques, 7 à 12 fois plus cher qu'un ancien.

Or bien souvent, les entreprises mettent beaucoup d'énergie à gagner de nouveaux clients et ne mettent pas suffisamment d'énergie pour choyer les anciens. C'est une grave erreur car bien souvent 20 % des clients représentent 80 % de votre chiffre d'affaires et ces 20 % sont les clients les plus satisfaits, d'où leur régularité.

Les 30 % qui suivent ne représentent plus que 15 % des ventes et les 50 derniers % représentent 5 % des ventes.

Même si ce n'est pas le cas pour tout le monde, la loi de Pareto s'applique bien dans le sens où 20 % de clients satisfaits génèrent 80 % de votre chiffre d'affaires.

Et les 80 % générant 20 % de votre chiffre d'affaire demandent beaucoup d'énergie et sont source de soucis dans certains cas.

Bien choisir ses clients est un art !

Vous devez impérativement choyer ces clients fidèles car c'est votre mine d'or.

**La fidélisation de vos clients repose sur 3 piliers qui interagissent :**

1. La satisfaction
2. Les techniques commerciales visant à inciter l'achat régulier
3. Une relation humaine et personnelle forte, surtout dans les petites entreprises

**Il y a 4 enjeux dans la fidélisation :**

1. Le client ancien coûte moins cher. Il faut dépenser 1 euro pour conserver un client alors qu'il faut en 3 ou 4 euros pour en acquérir un nouveau.

2. Les clients fidèles réagissent plus vite aux offres de l'entreprise. Ils acceptent plus de choses car le lien est établi par la confiance qu'ils vous ont donnée. Ils ne changent pas de fournisseurs facilement car ils savent ce qu'ils quittent mais ils ne savent pas sur qui et sur quoi ils vont tomber. Ils sont sensibles à vos offres.
3. Un client fidèle est une mini agence de pub qui fait votre promotion. Il parle positivement de vous et vous recommande et cela vous fait acquérir de nouveaux clients sans effort.
4. Un client fidèle est plus large dans ses commandes et achète plus qu'un nouveau client car la confiance existe déjà entre lui et vous. Un nouveau client sera plus méfiant et les commandes seront plus petites car il vous testera avant de vous accorder sa confiance.

Toutefois, rien n'est jamais acquis. Une campagne agressive d'un de vos concurrents, pour le peu qu'elle survienne à un moment où vous vous êtes reposés sur vos lauriers, vous courez alors le risque de voir votre client partir vers d'autres cieux.

Prenez l'exemple des opérateurs téléphoniques nationaux ou les banques dans les pays européens, c'est un bel exemple que rien n'est jamais acquis.

Par conséquent, la clé est votre savoir-être, votre savoir-faire et votre créativité qui est garante du maintien des clients sur le long terme.

Créez un lien personnalisé avec votre client, questionnez-le sur sa satisfaction, interrogez-le sur ce que vous pourriez lui apporter de plus.

La satisfaction est la première condition à la fidélisation, il est important de pouvoir la mesurer précisément par une enquête.

Faites revenir votre client. Récompenser sa fidélité en lui octroyant un bonus lors de ses visites. Toutefois, l'aspect financier seul est insuffisant. L'aspect relationnel compte bien plus encore dans les PME car le système est « à taille humaine ». Les remises sous forme de produit ou de service offert sont mieux valorisées qu'une remise de prix.

Le client fidèle a une mémoire. Vous devez dès lors suivre une ligne directrice claire et continue.

Informez-le chaque fois qu'il y a une nouveauté. Vous devez toujours avoir une longueur d'avance sur vos concurrents et votre créativité sera votre botte secrète.

Contactez les clients fidèles 3 à 4 fois par an. Si vous êtes trop peu visibles, votre client risque de vous oublier. Cela peut se faire par des offres spéciales pour anciens clients, drink lors d'une festivité, invitation à un match de foot ou un spectacle, carte de vœu personnalisée, carte d'anniversaire, ...

Si vous craignez de saturer votre client, vous pouvez faire des offres de vos partenaires favoris que vous voulez faire découvrir. Le maillage en réseau est très intéressant car vous faites profiter à vos clients d'autres offres de produits que vous recommandez. Faites évidemment attention que vos partenariats se fassent avec des personnes qui partagent vos valeurs et qui cultivent également la notion de client heureux. Sans quoi, c'est vous qui perdrez de votre crédibilité auprès de vos meilleurs clients.

Faites des actions vers les clients qui ne sont pas des habitués, les 30 % qui représentent 50 % de votre chiffre d'affaires.

Une action vers ces derniers peut les pousser à passer dans les clients fidèles. Ils connaissent déjà votre entreprise et ils vous font confiance. Ils réagiront dès lors plus vite à une de vos actions qu'un nouveau client.

Utilisez vos clients fidèles comme porte d'entrée vers de nouveaux clients. Offrez une remise à vos clients fidèles contre toutes nouvelles ventes faites grâce à sa recommandation et son introduction.



Les êtres humains ont tendance à s'assembler par rapport à leurs affinités. Les amis de vos clients fidèles ont une grande probabilité d'être dans la même énergie qu'eux et sont donc une cible clientèle de choix.

## Comment donner une image positive de votre entreprise ?

L'image de votre entreprise dépend de vous. Vous êtes le premier ambassadeur de votre entreprise et votre savoir-être, votre savoir-faire et la passion que vous cultivez pour votre métier, le profond respect de vos clients, votre personnel, vos fournisseurs, ... sont la fondation de votre image.

Plus vous intégrez des principes d'éthique de gestion et de responsabilité sociétale, plus votre image et l'image de votre entreprise sera perçue positivement.

**Cultiver chaque instant votre savoir-être et votre savoir-faire est capital.**

Vient ensuite le « **faire savoir** », l'image que vous allez projeter au travers de différents canaux de communication.

Il y a **5 outils indispensables de communication pour véhiculer votre image** :

1. Votre carte de visite
2. La plaquette de présentation de votre entreprise
3. Les fiches de présentation de vos produits ou de vos services
4. Votre site internet
5. Votre rapport d'activité



Faites appel à une agence de communication pour élaborer une charte graphique. Les cinq outils doivent être reliés l'un à l'autre.

A la vue d'un de ces 5 outils, le client doit immédiatement faire le lien avec vous et l'image de recherche d'excellence que vous véhiculez.

Démarquez-vous par la qualité et non par une originalité exacerbée.

Votre plaquette doit être adressée à vos clients. Partez de son point de vue dans vos messages, pas du vôtre. C'est le client qu'il faut convaincre, pas vous.

A sa lecture, on doit savoir de façon rapide et claire :

1. Quels sont les clients visés par votre entreprise
2. Une présentation simple de vos produits-services
3. Les atouts de vos produits-services
4. Les avantages pour le client, les bénéfices qu'il va en retirer
5. Les atouts de votre entreprise
6. Vos coordonnées exactes de contact

Vous pouvez faire référence à vos clients mais avec l'accord de ceux-ci. Faites attention que ces clients doivent renforcer votre image, pas la dégrader.

Pour les sites web, utilisez toutes les règles d'infographie liée à la visibilité, l'ergonomie et les couleurs. Les visiteurs doivent trouver ce qu'ils cherchent « en 3 clics ».

Donnez de la visibilité à votre site en déterminant des mots-clés performants dans les moteurs de recherche.

Inscrivez les coordonnées de votre site sur tous vos documents de l'entreprise, de la carte de visite aux bons de commandes ou aux factures.

Le rapport d'activité est peu courant en entreprise. Les entreprises cotées en bourse ont l'habitude de le publier.

Pourtant, prendre le temps en fin d'année de **rédiger un rapport d'activité de votre entreprise** va vous permettre de vérifier :

- Si vous avez bien atteint les objectifs que vous vous étiez fixés l'année précédente.
- L'évolution de votre business durant l'année.
- Faire le bilan sur toutes les choses positives que vous avez réalisées pendant cette année.
- Faire le bilan de toutes les difficultés rencontrées que vous avez surmontées.
- Votre santé financière.
- Le bien-être de votre personnel.
- La satisfaction de vos clients.
- Le bon équilibre que vous maintenez entre toutes les parties prenantes.
- Si c'est le cas, l'évolution de votre politique d'éthique de gestion et de responsabilité sociétale.
- Vos objectifs de développement sociétaux atteints.
- Les objectifs que vous vous fixez pour l'année à venir



40

Cet outil qui semble une perte de temps est en fait un investissement sur le long terme et sur votre image.

Ce rapport est tout aussi précieux que le bilan financier de votre entreprise. C'est votre bilan extra financier. Il reflète l'état du capital humain et la cohérence de votre réputation.

Il sera un gage de confiance de tous vos partenaires et surtout de vos partenaires financiers. Si vous souhaitez obtenir des capitaux pour faire grandir votre entreprise, un tel rapport est un élément capital dans l'octroi de financement.

Ce sera un élément capital pour vos clients dans leur choix d'achat. Rares sont les entreprises qui démontrent leur santé financière et extra financière sur leur site internet.

C'est une fenêtre ouverte sur vous et votre entreprise, qui assoira votre réputation.

Henry Ford disait : « le plus important de l'entreprise ne se trouve pas dans un bilan , il s'agit de son capital humain et sa réputation ».

En faisant cet exercice chaque fin d'année, vous posant et regardant ce que vous avez réalisé durant l'année et en fixant les objectifs de l'année prochaine, vous vous assurez une cohérence par rapport à vous-même, à vos clients et à toutes les parties prenantes.

C'est un outil de marketing très puissant, garant de l'image d'excellence que vous recherchez dans le développement de votre entreprise.

Cela contribue également à la pérennité de votre entreprise car comme un avion, vous avez un objectif à atteindre dans un timing déterminé et vous avez un plan de vol bien précis.

Il ne vous restera plus qu'à bien vérifier vos instruments de bord durant l'année pour vous assurer du bon déroulement des opérations et réagir aux aléas de la météo du business.

## Comment se faire connaître avec un budget minimum ?

Se faire connaître n'est pas une mince affaire. A moins que vous ne disposiez de centaines de milliers d'euros ou de millions d'euros pour vous payer des campagnes de publicité à la télévision ou à la radio, vous allez devoir « maximiser » votre budget, c'est-à-dire toucher un maximum de personnes avec un minimum de budget.

Etre visible et se rappeler au bon souvenir est important.

Le moment de la communication selon la cible de clients visés va être déterminant. La publicité et la prospection sont indispensables.

Il existe différents modes de communication pour véhiculer votre image et votre message. A vous de déterminer le canal le plus opportun pour toucher les clients que vous souhaitez atteindre et ce, dans la contrainte de votre budget.

### Il y a deux principes fondamentaux à respecter :

1. Pour la publicité : être cohérent et agir sur la durée. Une image et une communication se construisent au fil du temps. Vous devrez agir en fonction de vos contraintes pour l'élaboration de vos messages et de votre budget marketing.
2. Elaborer vos budgets en fonction des contacts utiles que l'opération vous rapportera. Analyser bien le rapport coûts / contacts.

Dès lors, privilégiez des actions limitées mais ciblées, personnalisées et suivies.

Utilisez les supports adéquats en fonction des personnes que vous ciblez et les objectifs que vous voulez atteindre.

Choisissez « le bon moment » pour communiquer et communiquez régulièrement (3 à 4 fois par an).

Favorisez le « bouche à oreille », c'est la meilleure publicité et elle est gratuite.

Soyez très créatifs car vu le bombardement publicitaire de nos jours, les gens deviennent « imperméables » à la pub. En 1965, 34 % des consommateurs renaient le message d'une publicité pour seulement 1,7 % en 2005.

L'utilisation d'autres canaux que la vue devient capital : l'ouïe, l'odorat, le toucher,...

Les moyens de communication sont nombreux voire illimités. Choisissez dès lors le bon canal selon votre cible de clients, vos objectifs et les messages que vous voulez faire passer.

### Voici quelques canaux que vous pouvez utiliser, en fonction de vos budgets :

- Bouche à oreille
- E-mailing
- Page Facebook ou autre site de lien social
- Publicité dans la presse régionale
- Publicité dans la presse nationale
- Publicité sur sites internet
- Mailing courrier
- Presse sectorielle
- Presse spécialisée
- Courrier personnalisé
- Rédaction d'articles
- Foires et salon
- Journée « porte ouverte » et cocktail d'entreprise
- Appel téléphonique
- Speed dating, networking, business card meeting ...



## Comment élaborer sa politique de prix ?

La variable prix est capitale dans l'équilibre de l'entreprise. Malheureusement, nous rencontrons trop souvent des entreprises qui ont mal calculé leurs prix et qui creusent leur tombe sans s'en rendre compte.

Il nous est arrivé de demander à un dirigeant d'entreprise d'arrêter de vendre. En effet, chaque vente génère un trou de trésorerie et des pertes du fait que la politique de prix avait été faite approximativement ou en se calquant sur le prix des autres.

Un prix est bien loin de refléter simplement « un prix de revient + marge ».

Si vous avez mal défini vos coûts et vos prix de revient, vous êtes mal embarqués. Le prix de revient est trop souvent imprécis car basé uniquement sur une interprétation des chiffres comptables et non sur le coût lié au process bien déterminé.

Avoir des marges de 25 % alors qu'il y a une erreur du prix de revient d'environ 30 % génère 5 % de perte à chaque vente.

### Il y a plusieurs facteurs à prendre en compte dans la fixation du prix de revient :

- Les coûts fixes et variables bien sûr mais déterminés avec précision
- La psychologie du client à l'égard de votre produit (produit de luxe ou produit de masse ne sont pas vendus au même prix).
- La créativité, la nouveauté, l'originalité, l'opportunité,...
- L'exclusivité et la rareté
- L'état de la concurrence
- La valeur que vos clients attribuent à votre produit ou service



42

Demandez à votre client le prix qu'il estime acceptable avec une fourchette basse et une fourchette haute.

Demandez-vous entre combien et combien il estime le prix de votre produit ou service. Cette étape peut être faite dans votre étude de marché.

Ne vous alignez pas sur « le prix du marché » car vous risquez d'y perdre. Si vous appliquez tous les conseils d'efficacité et d'excellence que nous vous avons décrit dans ce guide, vous devez personnaliser vos prix et valoriser le « capital immatériel » que vous avez construit par votre savoir-être et votre savoir-faire.

Valorisez tous ces éléments pour fixer des prix où vous gagnez votre vie sans pour autant « voler » le client.

Si votre client est très satisfait de vos prestations ou de vos produits et des services que vous y avez associés, alors il n'y a pas de raison de pratiquer des prix plancher.

Les seuls qui peuvent pratiquer des prix plancher sont ceux qui ont une organisation rodée comme une écurie de formule 1, une gestion financière parfaite, des moyens financiers importants et qui jouent sur le volume vendu.

Si vous n'avez pas cette écurie de formule 1, faites la différence sur la qualité de vos services.



### Les 5 étapes pour déterminer son prix :

1. Définir votre stratégie et vos objectifs précis (ventes espérées, volume, marges, profits à réaliser, image recherchée,...).
2. Estimer le prix acceptable par le consommateur (aspect psychologique, technique,...).
3. Calculer les coûts de production et de revient.
4. Evaluer « l'élasticité » par rapport au prix (sensibilité de l'évolution des prix par rapport à la demande et au prix : plus c'est cher, moins il y a de candidat, plus c'est bon marché, plus le potentiel client est grand).
5. Contrôler les marges financières restantes : différence entre le prix accepté et les bénéfices que vous réalisez.

Revoyez vos prix régulièrement car les coûts varient (salaires, matière première, ...) et surveillez la concurrence qui ne digérera pas de voir ses clients se tourner vers vous et qui risque d'adapter ses prix pour vous contrer.

### Ne pratiquez pas l'effet cliquet

Bon nombre d'entreprises pratiquent ce que nous appelons « l'effet cliquet », c'est-à-dire que lorsqu'elles subissent un effondrement de leur marge ou que le prix d'un composant de fabrication « flambe », ils crient au secours, le font savoir et les prix s'envolent.

Par après, quand les coûts reviennent à la normale, ils ont tendance à « oublier » de baisser leur prix.

C'est ce que nous appelons l'effet cliquet : toute hausse de prix est « cliquée » pour ne plus jamais redescendre.

Si vous voulez avoir une relation sur le long terme avec vos clients, ajustez vos prix à la hausse mais aussi à la baisse, cela témoignera de votre intégrité et renforcera votre relation avec lui.

## Les conseils de nos entrepreneurs en matière de stratégie marketing et commerciale

### Quel conseil donneriez-vous pour vendre avec succès ?

Pour vendre avec succès, il faut parler le langage du client. Il faut bien le connaître et connaître ses besoins. Il faut aussi pouvoir anticiper ses besoins de façon à lui vendre une **solution évolutive**.

Il faut avoir de la patience. Les ventes forcées ne rapportent jamais sur le long terme.

L'échange doit être « win / win » et il faut veiller à ce que le produit ou service vendu au client correspond bien à sa demande. L'honnêteté est la clé du succès à long terme. Vous devez aussi connaître vos limites pour vous respecter et respecter vos clients.

Il faut pouvoir donner de sa personne, aller chez le client, le relancer, prendre le temps de le convaincre sans lui forcer la main.

Il faut bien connaître son marché et ses concurrents pour pouvoir offrir plus aux clients. Mais il faut bien connaître ses clients et se concentrer sur ceux qui rapportent le plus et qui sont fidèles.

Il faut prendre le temps de se faire connaître pour la qualité de ses produits et services. Vous devez entretenir un bon réseau social qui fera votre publicité et qui entretiendra votre image.

### Comment construire une bonne image d'entreprise ?

L'image de votre entreprise tiendra sur votre sérieux et votre crédibilité. La satisfaction de vos clients est votre porte-parole. Vous devez rester intègre et ne jamais « vendre du vent ».

Votre enseigne deviendra peu à peu une référence, une marque, un label de qualité.

Au fur et à mesure, un réseau va se former autour de vous et votre image sera véhiculée à travers celui-ci.

Veillez à ce que ni vous ni personne de votre personnel ne viennent déroger à ces principes car cette image peut voler en miette au moindre écart de comportement.



44

### Comment se faire connaître pour « pas cher » ?

Pour se faire connaître pour « pas cher », il faut d'abord être franc, honnête et correct. Il faut être soi-même et ne pas promettre ce qu'on ne peut réaliser ou fournir.

Il faut respecter son personnel et ses clients pour ne pas faire l'objet de rumeurs ou remarques négatives qui circulent sur la société.

Il faut produire un bien ou un service de qualité et être actif.

Lorsque toutes ces qualités et conditions sont fixées, alors il faut aller sur le terrain. Vous êtes le meilleur vendeur de votre entreprise. Allez faire de la prospective pour vous faire connaître.

Investissez les réseaux sociaux et participez à des événements de « networking » pour vous faire connaître.

Participez à des concours et faites en sorte que l'on parle de vous dans la presse.

## Chapitre 3. La finance

### Voulez-vous gagner de quoi vivre, très bien vivre ou de quoi survivre ?

Ceci peut paraître bizarre mais la première question – souvent refusée et pourtant fondatrice du métier d'entrepreneur - est : **avez-vous envie de gagner de l'argent ?** Si oui combien ? En êtes-vous certain ?

Nous ne sommes pas nés dans une culture de la richesse comme les américains. Gagner de l'argent est mal perçu dans notre pays, il ne faut pas se voiler la face. Si quelqu'un gagne bien sa vie, il a peur de le montrer, de le faire savoir, contrairement aux américains qui font tout le contraire.

Un américain vous dit «bonjour, mon nom est Michaël, combien gagnez-vous? !!!», là où nous disons « bonjour, je m'appelle Michel, belle journée n'est-ce pas, cela nous change de la pluie ! ».

Parler d'argent est tabou dans notre culture. Si quelqu'un gagne de l'argent, on se dit que c'est douteux, qu'il l'a gagné sur le dos d'un autre, que c'est un «sale capitaliste», ... et j'en passe.

Vouloir gagner de l'argent demande à devenir imperméable à ces remarques.

Or, assez paradoxalement, inconsciemment, nous avons tendance à nous saboter, par peur d'en gagner trop.

Pourtant, pour gagner de l'argent, il faut prendre des risques. Donc, plus vous prenez de risques, plus vous maîtrisez ces risques, plus vous risquez de gagner de l'argent.

Ce qui signifie que si vous créez votre « boîte », que vous appliquez les conseils décrits dans ce guide ou dans tout autre guide qui vous conduira au succès, vous gagnerez inmanquablement de l'argent, c'est inévitable.

Dès lors, posez-vous déjà la question : que ferez-vous avec cet argent ? A quoi le dépenserez-vous ?

Je suis toujours très étonné de voir le nombre d'indépendants qui « tirent le diable par la queue » et qui gagnent moins qu'un chômeur dans certains cas. Ils sont en mode « survie » et ne gagnent que de quoi se loger et se nourrir, quand ils y arrivent !

Passer par une situation critique où on gagne très peu voire rien peut arriver et ce n'est pas rare. Faites en un tremplin, il y a une erreur dans votre stratégie élaborée et revoyez-la. Il faut alors revoir ses plans, se faire aider et changer de tactique. On ne peut rester indéfiniment dans cette position.

N'oubliez pas, l'argent est une des 6 sources d'énergie comme nous l'avons décrit précédemment dans ce guide.

Si vous ne gagnez pas votre vie comme indépendant, pensez à cesser votre activité et à reprendre un emploi de salarié. Il est inutile de se faire mal.

Dès lors, au fur et à mesure que vous allez avancer, dites-vous qu'**il est impératif que vous gagniez de l'argent** et que vous fassiez des bénéfices.

Les 3 à 5 premières années ne sont pas forcément confortables sur ce plan et ce n'est que normal. Comme nous l'avons décrit, durant cette période, vous êtes à la recherche de l'équilibre pour devenir efficace.



Etre efficace, c'est faire entrer de l'argent en vendant votre produit ou service à des clients heureux et utiliser cet argent pour vous payer un salaire, vos charges, rembourser vos dettes et faire des bénéfices, afin d'avoir de la réserve pour financer la croissance de votre entreprise.

Cela prend du temps pour la majorité des créateurs d'entreprise. On apprend à maîtriser tous les paramètres de risque durant cette période.

On apprend aussi à être réactif et à se relever de plus en plus vite au fur et à mesure que les obstacles se présentent.

Lorsqu'on fait des bénéfices, et que ceux-ci augmentent, c'est qu'on devient efficient, c'est-à-dire qu'on fait plus avec moins, sans toutefois mettre les personnes en souffrance.

Mais un conseil tout aussi capital : ayez un plan B. Fixez-vous un objectif de temps dans votre plan A mais ayez un plan B pour ne pas vous entêter dans une voie sans issue.

## Comment se sécuriser sur le plan financier ?

Il n'y a malheureusement pas de recette miracle. La sécurité est un concept. Tout au long de votre projet, vous allez devoir apprendre à vivre dans l'insécurité et à en faire votre quotidien.

Comme nous l'avons déjà dit, vous passez d'un stade de « dépendant » de revenus qui vous sont octroyés par un employeur ou par l'Etat à un statut « d'indépendant » où vos revenus vous sont octroyés par vos clients. Ces revenus vont dépendre de la qualité de vos services et produits.

Plus vous irez vite à concrétiser votre projet, plus vous capterez des clients, plus vous les rendrez heureux, plus ils reviendront chez vous et feront votre publicité, plus cela génèrera du chiffre d'affaires, ... De même que plus vite vous gèrerez vos comptes de façon optimale et maîtriserez vos prix avec de bonnes marges, plus vite vous aurez des revenus récurrents chaque mois, plus vite vous tiendrez en équilibre.

Il n'y a pas de règle. Certaines personnes s'étant bien préparées à l'avance, arrivent à cet équilibre en 6 mois, d'autres y arrivent en 5 ans, certains n'y arrivent jamais.

Vous êtes le seul responsable. Ce ne sera jamais la faute de vos fournisseurs, de vos clients, de votre personnel, ...

La préparation de votre projet est capitale. Ne négligez aucune étape de celui-ci, ne foncez pas trop vite sans avoir évalué l'ensemble du parcours.

Abraham Lincoln disait : **«si on me donnait huit heures pour abattre un arbre, j'en prendrais six pour affûter ma scie».**

Je vous laisse méditer cette phrase qui vaut son pesant d'or.

## Quel salaire faut-il se payer ?

Lorsqu'on démarre son affaire, on n'a pas beaucoup d'argent pour certains. Dès lors, les flux financiers des ventes vont servir à payer tous vos fournisseurs et rembourser vos crédits.

Vous devez donc vous assurer d'avoir un revenu provenant de votre conjoint ou conjointe, d'une activité, avoir de l'argent en réserve pour vivre ou avoir une personne qui vous héberge et vous nourrit.



Il n'y a ici non plus pas de recette miracle. Vous devez trouver votre propre solution.

Par contre, même si vos rentrées financières sont maigres, octroyez-vous un salaire minimum pour vous-même, si petit soit-il pour rémunérer votre travail. Même s'il ne s'agit que de 100 EUR.

En agissant de cette manière, vous vous fixerez des objectifs d'augmentation de votre salaire mois par mois, ce qui vous forcera à faire croître votre chiffre d'affaires par la même occasion.

Une autre formule possible est de vous déterminer un pourcentage des ventes, par exemple 1, 3, 5 ou 10 % pour vous.

## Comment convaincre les «donneurs d'argent» ?

La majorité d'entre vous vont devoir « trouver de l'argent ».

Le monde est mal fait. Il y a des gens qui ont des idées et pas d'argent, d'autres ont de l'argent mais pas d'idée !

Ceux qui ont des idées et qui n'ont pas d'argent vont devoir aller « se vendre » pour qu'on leur « donne de l'argent ».

La première idée qui vient en tête et qui est justifiée, c'est d'aller à la banque. C'est en effet la caverne d'Ali Baba dans laquelle se trouve le plus d'argent sur cette planète.

Malheureusement, ce n'est pas en disant « Sésame, ouvre-toi » que les cordons de la bourse des banques vont se délier et vous abreuver de ces monnaies sonnantes et rébuchantes coulant à flot.

Ne perdez pas de vue que l'argent se trouvant dans les banques ne leur appartient pas pour la grande majorité de leurs avoirs. C'est l'argent de leurs clients.

On dit souvent qu'un banquier est quelqu'un qui vous prête un parapluie quand il y a du soleil et qui vous le reprend quand il pleut.

Si le banquier vous prête de l'argent et que vous ne le rendez pas parce que vous avez fait faillite en gérant mal votre affaire, c'est lui qui doit expliquer à ses clients qu'il a perdu leur argent en vous le prêtant.

Quand un banquier vous prête de l'argent, il « donne du crédit à votre projet ».

Cela signifie que votre projet doit être blindé, que votre business plan doit tenir la route et surtout que vous devez témoigner d'une très forte conviction que votre projet est formidable et que vous ne pouvez que réussir.

Pour que la caverne d'Ali Baba Bank s'ouvre, vous devrez avoir mis en pratique tout ce qui est décrit dans ce guide et avoir élaboré un business plan très clair, net et précis.

Cela signifie que cela va dépendre de l'énergie que vous allez y mettre, de la rigueur et de la discipline que vous aurez vis-à-vis de vous-même et vis-à-vis de toutes les étapes de votre business plan.



## Où trouver de l'argent ailleurs que dans les banques ?

Il n'y a pas que les banques qui octroient de l'argent. Une entreprise qui démarre fait très peur aux investisseurs car c'est un peu comme un ticket de loterie, avec la différence que la mise est beaucoup plus grande et qu'ils ont dès lors beaucoup plus à perdre.

Les anglo-saxons ont un terme pour désigner les personnes vers lesquelles se tourner pour lancer son affaire, ils appellent cela **les 3 F : FOOL – FAMILY– FRIENDS**.

Pour financer votre projet, il y a donc les fous, votre famille et vos amis sur lesquels vous pouvez compter. Ce sont en effet les trois types de personnes que vous devez aller trouver pour démarrer votre projet.

Vous devez aussi vous engager et avoir à perdre une partie de ce que vous possédez.

Beaucoup de personnes veulent entreprendre mais pas avec leur fonds propres. Ils ne veulent pas prendre de risque avec leur propre argent et veulent que les autres prennent ces risques financiers à leur place.

Ce n'est pas correct. Vous engager financièrement avec votre projet est primordial et est une preuve de votre crédibilité. En effet, vous envoyez le message que vous êtes prêts à perdre une partie de ce que vous possédez parce que vous croyez en votre projet. Ce n'est qu'à cette condition que d'autres investisseurs vous donneront des moyens financiers.

Il n'est pas juste que le bailleur de fonds supporte tout le risque de perte financière, d'autant qu'il n'a pas la main sur le projet puisque vous êtes le pilote. S'il vous arrive quelque chose, il aura financé un projet sur lequel il n'a aucune maîtrise.

Il n'y a pas que vers les banques que vous pouvez vous tourner pour avoir de l'argent. Voici une série de sources de financement vers lesquels vous pouvez vous tourner. Vous devrez de toute manière faire un mix de l'ensemble pour stabiliser votre assise financière.

48



Les différents moyens de financement sont :

### 1. Votre épargne personnelle :

- Inspire la confiance vis-à-vis d'autres investisseurs
- Permet de financer des besoins durables non financés par les banques (frais d'établissement, investissements incorporels, besoin en fonds de roulement)
- Le banquier demandera que vous financiez aux alentours de 30 % par vous-même

### 2. Prêt personnel

- Vous pouvez emprunter de l'argent à titre personnel pour financer votre projet d'entreprise

### 3. Primes et subventions

- Renseignez-vous sur les primes et aides octroyées aux créateurs d'entreprise auprès des guichets d'entreprise

### 4. Financement bancaire

- Les banques financeront votre projet si vous avez mis environ 30 % de fonds par vous-même ou par une autre source
- Les banques financeront en fonction de vos fonds propres
- Les banques vont exiger des garanties en cas de non remboursement, en d'autres mots, que vous ou quelqu'un leur rende l'argent qu'elles vous ont prêté en cas de problème

## 5. Leasing

- Vous payez un loyer et vous avez la possibilité d'acheter le bien en fin de leasing
- Vous pouvez faire du leasing pour une série de biens à financer sur le long terme: voiture, camion et camionnette, ordinateurs, outillage, immobilier,...
- Le leasing est comptabilisé comme charge et pas comme immobilisé dans le bilan (voir ci-après)
- A l'échéance, vous pouvez ne pas acheter et remettre le bien ou vous faites un nouveau leasing pour avoir du matériel neuf
- C'est facile à planifier dans le tableau de trésorerie

## 6. Quasi fonds propres

- Prêt subordonné pour chômeur
- Prêt subordonné ordinaire
- Prise de participation d'organismes publics

## 7. Garantie d'emprunt

- Le banquier va vous demander des garanties : prenez vos renseignements car il existe des organismes qui vous donneront leur garantie (fonds participation,...)

# Bilan, comptes de résultats, trésorerie, quelle différence, c'est toujours des comptes, non ?

49



Après avoir parlé de tout ce qui tourne autour de l'argent, parlons de ce qui est capital pour la stabilité de votre projet sur le long terme : votre maîtrise de la gestion financière.

Un grand nombre d'entrepreneurs laissent de côté cet aspect des « chiffres », regardant leur seul compte en banque et font alors faillite sans même s'en rendre compte. Ils n'ont rien vu arriver.

La maîtrise de la lecture de vos comptes est à votre entreprise, ce que le tableau de bord est à votre voiture.

Si vous ne voyez pas les voyants vous indiquant qu'il n'y a plus d'huile dans le moteur, celui-ci va exploser et votre aventure s'arrêtera là.

Si vous ne savez pas lire vos comptes de bilan, de résultats, si vous n'avez pas un tableau de gestion de votre budget et de votre flux de trésorerie, vous courrez droit vers les ennuis, à un moment ou un autre.

Les 3 termes **BILAN - COMPTES DE RESULTATS - TRESORERIE** sont des matières bien distinctes à maîtriser et leur compréhension est simplement VITALE dans la réussite de votre projet.

Nous vous invitons à approfondir votre connaissance de la lecture de bilan et de compte de résultats et de bien comprendre les mécanismes de la gestion de trésorerie sous peine de vous retrouver en faillite en ne comprenant même pas pourquoi !

Il arrive fréquemment que des entreprises déposent leur bilan alors qu'elles vendent énormément.

Pour rappel et c'est très important, bien souvent, les personnes qui ne maîtrisent pas les données financières regardent leur compte en banque et se disent que si le compte est en positif, c'est bon.

Grosse erreur car sans une planification rigoureuse de vos entrées et sorties d'argent en fonction d'un calendrier bien précis, on se retrouve « en panne de trésorerie ». Cela fait le même effet qu'un pilote de formule 1 qui aborde son dernier tour de piste avec un tour d'avance sur le second et qui tombe en panne d'essence à 500 m de la ligne d'arrivée.

Tout comme vous vérifiez votre température, votre rythme cardiaque, votre tension artérielle, pour vous assurer de votre bon état de santé, je vous invite à en faire de même avec votre bilan, vos comptes de résultats et votre trésorerie.

**Ces éléments sont les instruments qui vous donneront l'état de santé de votre entreprise.**

Ces 3 instruments sont à l'entreprise, ce que les tableaux de bord de Cap Canaveral sont à la navette spatiale de la NASA. Sans ces tableaux de bord, la navette naviguerait pour l'éternité dans l'espace, faisant périr ses passagers.

### Les comptes de bilan de l'entreprise

Nous ne pouvons vous décrire dans ce guide ce qu'est la comptabilité mais nous allons approcher les mécanismes de base à avoir à l'œil.

Nous vous invitons à suivre une formation sur la gestion financière car sa maîtrise est primordiale. Il en va de la vie de votre entreprise.

Dans les comptes de bilan, on parle d'actif et de passif d'une part et de « haut de bilan » et de « bas de bilan » d'autre part.

En fait, ils sont simplement le reflet des flux financiers entrants et sortants de votre société.

Dans le haut de bilan, tout l'argent qui rentre dans votre entreprise se trouve au passif et tout l'argent qui sort est à l'actif.

Commençons par le passif. Pour créer votre entreprise vous avez besoin d'un capital financier et vous allez éventuellement contracter des dettes à long terme. Avec ce capital et cet argent que l'on vous a prêté, vous allez investir et acheter des machines, véhicules, bâtiments, matériel informatique,...

Tout ce que vous allez acheter sont des choses que vous allez utiliser pour plusieurs années. Ce sont des achats que vous allez donc immobiliser.

Vu que vous les possédez pour un certain temps, ce sont des actifs qui vont être amortis sur plusieurs années en fonction de leur nature. Votre comptable vous donnera plus de précisions à ce sujet.

Nous aurons dès lors un équilibre de haut de bilan qui se présentera comme suit (très simplifié) :



ACTIF	PASSIF
Classe 2 :  Immobilisés : Frais d'établissement - Terrains et constructions - Installations, machines et outillage - Mobilier - Matériel roulant Créances à plus d'un an	Classe 1 :  Fonds propres Bénéfices reportés Provisions pour risques et charges Dettes à plus d'un an

Une règle d'or :

La valeur de ce qui est dans la rubrique 1 du passif : fonds propres, provisions pour risques et charges et dettes à plus d'un an DOIT TOUJOURS ETRE SUPERIEUR à la valeur de tout ce qui se trouve en classe 2 : frais d'établissement actifs immobilisés et créances à plus d'un an.

C'est la première chose qu'un banquier vérifiera dans votre bilan. Si vos immobilisés sont plus élevés que votre capital, bénéfice reporté et vos dettes à long terme, les discussions avec votre banquier vont être difficiles, voire s'arrêter immédiatement.

Pourquoi ?

Si c'est l'inverse et que la classe 2 est supérieure à la classe 1, cela signifie que vous utilisez votre crédit de caisse pour payer du matériel qui va vous servir pendant des années et que vous allez vite être à court de trésorerie, tôt ou tard.

Il en déduira que vous ne disposez pas d'assez de capital et s'il n'accepte pas de vous faire un crédit d'investissement, vous aurez un gros problème : votre bateau sera en train de couler.

La seule manière de le ramener à flot sera de :

- Trouver du capital
- Trouver un banquier ou un prêteur de capitaux remboursables à long terme
- Générer des bénéfices pour regonfler vos fonds propres



Le bas de bilan comptabilise tout ce qui est circulant : vos stocks, votre trésorerie dans la caisse, vos comptes en banque, l'argent des ventes que vos clients vous doivent à l'actif ; et vos dettes à court terme et l'argent que vous devez à vos fournisseurs au passif.

ACTIF	PASSIF
Stocks	Dettes fournisseurs
Créances clients	Dettes à court terme
Trésorerie :	
- Caisse	
- Comptes en banque	

Une autre règle d'or :

Si tout l'argent de votre trésorerie et des créances que vos clients vous doivent ne permet pas de rembourser toutes vos dettes à court terme de la banque et de vos fournisseurs, vous êtes en situation de faillite virtuelle.

Veillez donc à ce que votre trésorerie soit toujours bien remplie et permettent de pouvoir rembourser vos dettes sans problème.

## Les comptes de résultats de l'entreprise

Les comptes de résultats comptabilisent tous les flux qui entrent dans la production de vos biens ou de vos services, ne faisant pas intervenir les achats qui seront amortis sur le long terme et qui sont comptabilisés à l'actif dans les immobilisés comme nous venons de le voir.

On parlera des comptes comptabilisant les charges d'une part et les comptes qui comptabiliseront les recettes d'autre part.

Pour les comptes de recettes, pas de souci, vous y comptabilisez tout ce que vous avez gagné.

Pour les comptes de charges, vous comptabiliserez tout ce que vous avez dépensé auquel vous ajouterez les amortissements de vos immobilisés.

Les grandes familles de comptes de résultats sont :



Charges	Recettes
Achat matières premières	Ventes et prestations
Biens et services divers Électricité, eau, gaz, téléphone, fournitures bureau, assurances, publicité, frais postaux,...	
Rémunérations, charges sociales	
Amortissement	
Charges fiscales	
Charges financières	Produits financiers (intérêts sur placement)
Charges exceptionnelles	Produits exceptionnels

Votre objectif est très simple :

le total de vos recettes doit être supérieur au total  
de vos charges pour dégager des bénéfices

Vos bénéfices seront votre source de financement de vos projets de développement de votre business.

Une partie de votre bénéfice peut être distribué sous forme de dividende à vos actionnaires pour les rémunérer du risque qu'ils ont pris en finançant votre affaire.

Le fait de générer des bénéfices va augmenter la valeur de votre entreprise et cela vous ouvrira toutes les ressources de capital dont vous pourrez rêver.

Faire des bénéfices en effet signifie que vous avez la maîtrise de votre projet et que vous êtes en mode « efficacité de gestion ». Cela vous donnera de la crédibilité et votre banque vous octroiera tous les crédits que vous voulez.

## La trésorerie

Un grand nombre d'entreprise font faillite par la mauvaise gestion de leur trésorerie.

La trésorerie, c'est très simple, c'est le même que la gestion de votre budget ménage. Vous avez des entrées (vos ventes) et vous avez des sorties (vos achats).

Dans votre budget personnel, votre objectif est de prévoir vos dépenses en fonction des rentrées de votre salaire en y ajoutant le remboursement de votre crédit hypothécaire ou de votre voiture et vous avez l'état de votre compte en banque.

Si vous dépensez plus que ce que vous ne gagnez, vous devez faire appel au crédit bancaire, vous obligeant à dépenser moins ou gagner plus pour rembourser vos dettes.

Pour la gestion de votre entreprise, il en va de même à une petite exception près : dans votre budget personnel, vos rentrées sont connues à l'avance, c'est votre salaire; tandis que dans votre entreprise, les rentrées sont les ventes de vos produits et prestations et que vous ne savez jamais de quoi demain sera fait !



Par conséquent, vous allez apprendre à surfer sur les vagues entre les délais de paiement de vos fournisseurs, vos remboursements de crédit et les recettes que vous allez générer par vos ventes.

Je vous laisse imaginer l'état émotionnel de voir des factures à payer et des crédits à rembourser quand on voit qu'il n'y a pas assez d'argent dans la caisse !

Pour éviter cet état de stress, nous vous invitons à faire un plan de gestion de trésorerie. Ce plan est très simple : vous listez toutes vos dépenses et remboursements de crédit mois par mois, cela vous donne vos objectifs de chiffre d'affaires à réaliser pour chacun des mois. En dessous de ce chiffre, les ennuis commencent, au-dessus, vous constituez de la réserve de trésorerie pour les mois qui viennent et vous faites le hamster. Plus vous accumulez de la trésorerie de réserve, plus vous serez serein et zen !

Début d'année, faites votre plan prévisionnel de toutes vos charges (qui sont elles connues) pour déterminer votre chiffre d'affaire à réaliser mois par mois et au total de toute l'année (chiffre d'affaires qui est lui inconnu).

Vous avez vos objectifs de ventes prévisionnelles qui sont faits. En dessous, vous risquez la faillite, au dessus, vous générez des bénéfices.

Attention aux délais de paiement. Si vous ne gérez pas l'échéancier des paiements, vous avez des charges « surprises » qui vous arrivent au moment où vous vous y attendez le moins et où évidemment, la trésorerie est « à sec ».

Cela génère des grands moments de stress qui sont des occasions d'apprentissage d'une gestion efficace de votre entreprise.

Si vous voyez que vous allez avoir des « trous » momentanés de trésorerie, c'est-à-dire que vos dépenses seront supérieures à vos rentrées et votre réserve de trésorerie, vous devez faire appel à du crédit à court terme auprès de votre banque pour obtenir des moyens financiers pour payer vos factures.

Grand classique : vos lois sociales qui sont calculées sur vos revenus réalisés trois ans plus tôt et que vous devez payer trois ans plus tard et que certains ont « oublié ».

Demandez à votre secrétariat social en début d'année quel montant vous aurez à payer dans l'année afin de bien les budgétiser.



#### Astuce :

Un conseil : quand vous avez un problème passager de trésorerie, ne faites pas comme l'autruche, ne vous mettez pas la tête dans le sable, réagissez et passez à l'action.

Comment ?

Très simple, demandez des délais de paiement.

Vos fournisseurs et l'Etat préfèrent octroyer des délais de paiement et être payer que de ne pas être payé suite à votre faillite.

Si cela vous arrive, ce sera une occasion pour profiter de l'aide de vos créanciers pour revoir rapidement votre stratégie et relancez vos ventes au plus vite.

Ce sera une belle opportunité pour rééquilibrer votre business car si vous en êtes arrivé là, c'est que votre stratégie est devenue obsolète.

Vous verrez dans ce cas comment vous serez créatif et quelle énergie vous avez pour « sauver votre peau ».

## Les conseils de nos entrepreneurs en matière financière

### Comment vivre avec l'inconnu du lendemain propre à l'entrepreneur ?

Il faut voir l'inconnu comme une opportunité pour se remettre en question chaque jour et faire évoluer son projet personnel et celui de son entreprise.

Cela développe au fil du temps la confiance en soi et en son projet. Cela forge le caractère car l'expérience de l'échec est assez paradoxalement un plus dans le business. On comprend pourquoi aux Etats-Unis, on n'est crédible qu'après deux ou trois faillites car celles-ci sont en fait des expériences douloureuses que l'on n'est pas prêt d'oublier.

Les échecs sont en fait des expériences négatives très importantes dans le bon déroulement du projet.

Vivre avec l'inconnu fait évoluer solidement son état psychologique. Les échecs nous permettent après avoir encaissé le coup de prendre du recul et d'améliorer notre stratégie et notre process.

A force de se relever suite aux échecs, nous pouvons comprendre qu'ils sont sur notre route pour nous aider à nous renforcer. Ce sont des obstacles pour nous arrêter car nous nous étions embarqués sur une mauvaise voie alors qu'il y en avait une bien meilleure, pas encore aperçue.

L'échec est quelque chose de bénéfique et au fur et à mesure, notre regard change sur ces obstacles, sur cet inconnu et cela développe un sentiment positif. Au fur et à mesure, on en vient à être heureux de rencontrer des obstacles car on sait qu'en trouvant une solution au problème, nous avançons sur l'autoroute du succès.

Sur le plan financier, on peut souscrire à une assurance pertes de revenu ; nous préférons toutefois bien gérer notre entreprise et générer des bénéfices et des réserves de trésorerie que nous utiliserons en cas de coups durs car de toute manière, ces assurances ont des limites d'intervention. Mieux vaut dès lors consacrer dans le budget une somme à mettre en réserve de trésorerie chaque mois pour nous assurer contre les coups durs nous-mêmes.

### Comment fixez-vous votre salaire ? Fixe ou variable ?

Nous suggérons un mix des deux. Nous conseillons tout d'abord de se fixer une somme fixe systématique pour assurer nos besoins vitaux minimums ainsi que ceux de nos proches. Par la suite, nous fixons une partie de salaire variable liée aux résultats.

Si nous générons des bénéfices, nous en sommes les artisans et nous rétribuer en conséquence n'est que normal.

Une erreur souvent faite est de payer tout ce qu'on doit et de ne garder que ce qui reste. Cela signifie que les mois de « trous de trésorerie », nous ne sommes pas payés.

Cela ne doit arriver que de manière exceptionnelle et ne peut se produire trop souvent. Ajouter au stress des soucis financiers de la société, le souci de ne pas avoir de moyens de subsistance pour soi-même et sa famille est insoutenable.

De plus, dans des cas de stress d'un tel niveau, on ne travaille rarement que huit heures. Nous vivons alors une situation paradoxale où nous travaillons énormément sans être payé.

Quel salarié accepterait cette situation ? Dès lors pourquoi l'indépendant qui est le moteur de l'entreprise devrait travailler comme un forçat sans être payé ?



Un petit conseil, dans votre salaire, octroyez-vous un budget par exemple de 10 % pour vous faire plaisir. Il faut se récompenser de tout ce travail accompli. Il faut célébrer les petites choses positives (et les grandes bien évidemment) pour se donner du courage. Sans quoi, le travail tombe vite dans la routine et on devient un forcené qui éprouve de moins en moins de plaisir. C'est alors à ce moment que le business commence à se transformer en routine et qu'il commence à périr sans même qu'on ne s'en rende compte.

55

Si votre boulot ne vous fait plus rêver, vous êtes sur une mauvaise pente et vos sources d'énergie décrites au début de ce guide sont au plus bas.

Veillez bien à les alimenter dont l'énergie financière par votre salaire.

Si vous gagnez bien votre vie, c'est parce que vous l'avez bien mérité !

Faites appel à un bon expert comptable pour être conseillé sur votre structuration salariale afin d'optimiser votre impact fiscal pour vous-même et pour votre société.

### Comment s'assurer un salaire quand on lance son entreprise ?

Il faut avoir des ressources financières. Soit une réserve, soit un conjoint qui travaille comme salarié, soit une famille qui vous aide en cas de coups durs financiers, soit un mécène qui vous aide.

Au démarrage, vous pouvez avoir des avances du fonds de participation qui sont payées chaque mois pour vous octroyer un salaire. C'est un crédit très avantageux qu'on ne rembourse que plus tard, en fonction des conditions déterminées (cfr: [www.fonds.org](http://www.fonds.org)).

Le meilleur conseil qu'on peut donner est de trouver deux ou trois « clients alimentaires » qui vont vous assurer des ventes stables et récurrentes. Pensez votre business plan en veillant à bien déterminer quel pourrait être ce client capté **rapidement**.

On peut aussi exercer une mission à temps partiel dans un domaine qui est connexe à son activité de façon à assurer une rente alimentaire tout en gardant le cap sur l'objectif que l'on s'est fixé à long terme.

Le salaire doit s'adapter en fonction de l'évolution du business. Au début, vous tirez généralement le diable par la queue et cela vous apprend à vivre du strict minimum.

Cela donne encore plus de plaisir le jour où vous vous octroierez un salaire plus élevé car vous devrez réfléchir pour savoir ce que vous allez en faire vu que vous serez habitué à vivre d'amour et d'eau fraîche !

C'est aussi un bel exercice pour apprendre à maîtriser ses coûts et à ne garder que ce qui est essentiel. Cela permet de faire de la chasse au gaspillage. En effet, lorsque l'argent coule à flot, on est moins regardant et la porte aux gaspillages est grande ouverte, réduisant fortement l'efficacité et les bénéfices de l'entreprise.

Attention aux cotisations sociales, c'est le piège dans lequel tombent de nombreux indépendants après trois années d'activité. N'oubliez pas de provisionner ces montants car lorsqu'on reçoit la facture, c'est rarement à un bon moment.



« Avoir fait plus pour le monde que le monde n'a fait pour vous, c'est ça le succès »

Henry Ford



Certains d'entre vous ont une vue différente de l'entrepreneuriat. Ils souhaitent créer une entreprise pour contribuer au développement social et sociétal et pas uniquement faire de l'argent.

Ces entrepreneurs ont une vision qui va bien au-delà de générer des profits.

Ils ont une vision systémique visant à faire du profit tout en prenant en compte la manière dont il est réalisé et tout en veillant à l'attribution équitable des bénéfices.

On distingue 2 catégories :

1. Les entrepreneurs sociétaux
2. Les entrepreneurs sociaux

## Qu'est-ce qu'un entrepreneur sociétal ?

### Définition :

Les entrepreneurs sociétaux sont des hommes et des femmes qui, de façon pragmatique, développent des solutions innovantes et performantes afin de résoudre des problèmes sociaux et environnementaux de notre société.

57

Les entrepreneurs sociétaux intègrent, en plus de leur processus de gestion classique décrit dans ce livre, un programme de responsabilité sociétale des entreprises (RSE).

«**La Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE)** est un processus d'amélioration dans le cadre duquel les entreprises intègrent de manière volontaire, systématique et cohérente des considérations d'ordre social, environnementale et économique dans leur gestion, en concertation avec leurs parties prenantes.»

La responsabilité sociétale est la «responsabilité d'une organisation vis-à-vis des impacts de ses décisions et de ses activités sur la société et sur l'environnement, par un comportement transparent et éthique qui :

- contribue au développement durable, à la santé et au bien-être de la société ;
- prend en compte les attentes des parties prenantes ;
- respecte les lois en vigueur et est compatible avec les normes internationales de comportement ;
- est intégré dans l'organisation et mis en œuvre dans les relations.

## Qu'est-ce qu'un entrepreneur social ?



### Définition :

Un entrepreneur social développe une activité économique qui se caractérise par le respect des principes suivants :

- Finalité de service aux membres et à la collectivité
- Autonomie de gestion
- Processus de décision démocratique
- Primauté de la personne et du travail sur le capital

Les entrepreneurs sociaux exercent leurs activités économiques au travers d'entreprises d'économie sociale, de coopératives, mutualités ou associations sans but lucratif.

L'entrepreneur social n'intègre qu'une partie du programme de responsabilité sociale d'une entreprise. Dès lors nous développons celle-ci dans son ensemble ci-après.

## Entrepreneur sociétal et développement durable

L'entrepreneur sociétal intègre la dimension sociale qui est n'est qu'une dimension au côté d'autres que nous vous développons.

Les entrepreneurs sociétaux œuvrent dans une logique de développement économique durable. Ils veillent en permanence à ce que leur business crée de la richesse de manière éthique et responsable.

Dans la stratégie de production de leurs biens et services, ils intègrent toute une nouvelle dimension afin que les profits réalisés soient la résultante d'un niveau de bien-être humain touchant toutes les parties prenantes de leur entreprise.

Ils veillent aussi à l'impact de leur activité sur l'environnement avec comme objectif ultime, non pas que leur entreprise ait le moins d'impact négatif sur celui-ci mais au contraire que leur activité contribue positivement au développement harmonieux de la nature.

Le style de management de ces entreprises est différent. Au lieu d'avoir une chaîne de commandement classique où les dirigeants donnent des ordres et le personnel exécute, l'entrepreneur sociétal responsabilise toutes les personnes de son entreprise en leur donnant des objectifs S.M.A.R.T. et en leur laissant la liberté du chemin pour atteindre cet objectif.

Les clés de son succès sont la vision d'un monde différent et plus juste qu'il porte en lui et qu'il traduit dans sa façon de faire du business.

Ses valeurs personnelles se retrouveront dans les valeurs de l'entreprise et dans sa mission précise qu'il aura co-construite avec son personnel.

Il développe le cercle vertueux suivant :

Son entreprise est construite sur une vision d'avenir, une mission sociétale et des valeurs humaines qui fédèrent l'ensemble du personnel et des parties prenantes internes et externes telles que clients, fournisseurs, actionnaires, syndicats, pouvoirs publics, citoyens, ONG/Associations, ...

C'est par un projet sociétal que se développe son entreprise. Ce développement passe par trois phases :

1. **Efficacité** : atteinte des résultats fixés
2. **Efficience** : atteinte des résultats fixés en mobilisant le moins d'énergie humaine et financière possible tout en ayant un niveau de bien-être du personnel élevé.
3. **Excellence** : atteinte d'objectifs de manière efficace avec une organisation humaine fonctionnant comme une « dream team » où l'ensemble des parties prenantes éprouvent énormément de bien-être tout en ayant atteint les objectifs financiers, sociaux et environnementaux fixés.

Pour arriver à ce niveau d'excellence, l'entreprise devra s'inscrire dans une dynamique de progrès et d'innovation.

## Créer votre mythe fondateur

En inscrivant la création de votre entreprise dans une logique d'entrepreneuriat sociétal, vous créez immédiatement ce qu'on appelle un « mythe fondateur ».

Le mythe fondateur de l'entreprise est lié à la raison noble de sa création ; il évolue au fil du temps et continue de perpétuer sa légende.

Ce mythe fondateur est construit sur la volonté de contribuer au bien-être social de manière globale tout en fabriquant un bien ou un service.

Par exemple : Henry Ford créa son entreprise car il voulait d'une part que tout le monde puisse avoir une automobile et pas seulement les riches et d'autre part, que ses salariés soient grassement payés afin d'acheter cette Ford T.

Autre exemple : Danone fut créée en Espagne en 1919 par le Dr Isaac Carasso pour fabriquer du yaourt afin d'enrayer la mortalité infantile qui sévissait à l'époque. Il donna à son entreprise le nom de Danone, diminutif catalan du prénom de son fils Daniel.

Plus récemment : Google a été créée le 4 septembre 1998 par Larry Page et Sergey Brin. Ces derniers ont développé le moteur de recherche sur internet le plus répandu au monde. La mission qu'ils se sont fixés est « d'organiser l'information à l'échelle mondiale et de la rendre universellement accessible et utile ».

Et vous, quel mythe voulez-vous créer ? En quoi votre projet contribuera au bien de tous ?



## Ce n'est pas si complexe que cela en à l'air

A la lecture de tous les enjeux de la responsabilité sociétale d'une entreprise, cela pourrait en décourager quelques uns.

En fait la clé de la réussite tient à l'**organisation collective de votre entreprise**.

Ce n'est plus une seule personne qui porte tout toute seule, mais c'est l'ensemble de l'entreprise qui contribue à son développement.

La clé réside dans la mise en place d'une organisation participative hiérarchisée, bien cadrée avec une méthodologie efficace bien particulière.

On active alors l'intelligence collective du personnel de l'entreprise en faisant appel éventuellement à des ressources externes pour résoudre toutes les problématiques rencontrées.

Tous les membres du personnel qui le souhaitent peuvent participer dans ce type de gestion.

**Une communication descendante, ascendante et transversale** est alors déployée dans l'entreprise.

Ce mode d'organisation crée des **liens forts** entre les membres du personnel et renforce le leadership des managers.

Ce mode de gestion fait appel à la créativité de chacun. Toutes les personnes **volontaires, positives et constructives** coopèrent ensemble autour d'un objectif commun.

Cela crée une dynamique positive dans l'ensemble de l'entreprise, chez ses acteurs et cela fait rayonner cette belle énergie à l'extérieur, vers les clients mais aussi les fournisseurs, actionnaires, ...

Cette dynamique va exploiter les talents de chacun dans l'organisation. Chaque personne participera à un moment ou un à autre dans la réalisation des projets.

L'immense avantage est que la vision se matérialise par un plan d'actions très précis dans lequel chacun va venir contribuer pour une petite tâche. Fini de voir quelques personnes porter tout un projet et une grande majorité d'inactifs à leur côté.

Le projet avance alors d'autant plus vite que chacun y a contribué de manière positive.

C'est un peu comme l'organisation d'une ruche !

Ces entreprises réalisent des bénéfices financiers encore plus grands.

De plus, aux côtés de ceux-ci, un profit immatériel résultant de cet état d'esprit est généré, créant une forte réputation par cette démarche d'excellence.

Les bénéfices sont alors redistribués équitablement entre le personnel et les actionnaires et une partie de ceux-ci est gardée dans l'entreprise comme moyen d'autofinancement permettant de réaliser tous les projets qui ont été élaborés par l'ensemble des dirigeants et des personnes de l'entreprise.

Ces entreprises transforment les valeurs humaines en valeur financière.

## Quels sont les bénéfices d'une telle démarche

Une démarche d'engagement sociétal mobilise l'ensemble du personnel dans un projet de « développement durable de l'entreprise ».

Ce projet développe la motivation, l'adhésion, l'engagement et la créativité tout en s'appuyant sur la diversité des membres du personnel.

Le personnel de ces entreprises est en perpétuel développement sur le plan personnel et développe leur responsabilité et leur autonomie.

Cette démarche offre une vision durable pour le personnel, les managers et les actionnaires, installant un climat de confiance et de sécurité. Le personnel est alors rassuré et stabilisé et cela attire les meilleurs talents de l'extérieur qui aspirent à venir travailler dans ce type d'entreprise.

Assez paradoxalement, ces entreprises sont très rentables et voient leurs performances financières évoluer plus fortement que leurs pairs. La productivité y est très bonne et les coûts parfaitement maîtrisés. Elles accèdent à tous les capitaux qu'elles souhaitent car les investisseurs et les banquiers s'empressent de les financer.



Ces entreprises se créent une réputation très forte et cohérente. Elles portent leurs valeurs en elle et sont très cohérentes entre ce qu'elles disent et ce qu'elles font.

Leurs besoins en budget de marketing sont bien moindres que les entreprises classiques car tout leur personnel, clients, actionnaires, fournisseurs, ... sont autant d'agences de publicité en action vantant les mérites de leurs produits et services.

Elles ont une politique de gouvernance exemplaire vis-à-vis des actionnaires et des clients, ont des contrats juridiques équilibrés recherchant un « équilibre win/win » des deux parties prenantes et ont une maîtrise de la gestion des risques.

Ces entreprises sont très respectées et inspirent leurs pairs pour leur éthique, leur transparence et leur authenticité.

Elles ont une image interne et externe cohérente.

Ces entreprises mettent en lumière toute l'efficacité de leur capital humain et la cohérence de leur réputation.

## Nouveau style de manager et de gestion

Quant à ces entrepreneurs sociétaux, ce sont en fait des pionniers et des exemples pour la société. Ils établissent des synergies avec l'ensemble du secteur privé, public, la société civile et les citoyens.



Ils n'ont pour ainsi dire pas de concurrents. Ils travaillent dans une logique d'excellence et de partenariat. Ce qu'ils développent comme produit ou service sont uniques, compte tenu que c'est l'ensemble du personnel qui y a contribué.

Ils sont dans une logique de confiance, cohérence et de flexibilité. Leur entreprise s'adapte en permanence.

Leur entreprise fonctionne en réseau entre elles, même si elles sont dans le même secteur. **Elle véhicule des idées puissantes, ayant beaucoup d'impact.**

Ce type d'entreprises est dirigée par des leaders passionnés et passionnants qui sont de bons communicateurs, au point de « contaminer » leur entourage par leurs idées novatrices qui développent le bien-être humain en plus de profits financiers.

Ce sont les « designers du changement » ; ils voient dans chaque échec une opportunité de s'améliorer.

## Les dangers du « greenwashing »

Certaines entreprises font croire qu'elles ont adopté une politique de responsabilité sociétale et communiquent énormément à ce propos.

Or, ces entreprises trompent leurs clients en faisant ce qu'on appelle du «greenwashing».

Le « greenwashing » apparaît quand les choses sont faites sans convictions profondes, dirigée par l'action du marketing. L'entreprise fait alors croire qu'elle porte une politique de responsabilité sociétale alors que leur projet n'est qu'embryonnaire et ne touche qu'une infime partie de la production.

Ces entreprises essayent de donner à l'opinion publique une image écologique responsable, un engagement social ou sociétal alors que plus d'argent a été investi en publicité que pour de réelles actions liées au développement social ou environnemental.

Elles transmettent au public des informations qui sont – dans le fond et dans leur expression – une présentation erronée des faits et de la vérité, dans le but d'apparaître socialement et/ou environnementalement responsables aux yeux d'un public ciblé.

Il s'agit d'un système de communication vaste et complexe destiné à faire passer une « mauvaise » donnée ou information pour une « bonne ».

Elles ont un double langage faisant croire qu'elles œuvrent pour un engagement social ou environnemental alors que ce n'est pas vrai.

Une vraie dimension de responsabilité sociétale a l'éthique comme fondation.

Faire du « greenwashing » peut s'avérer très dangereux car le jour où le public se rend compte de la tromperie, la réputation de l'entreprise est ternie et elle mettra très longtemps à s'en remettre.

Il faut beaucoup de temps pour gagner la confiance du public mais il ne faut que quelques minutes pour la perdre.

Ne prenez pas ce chemin, c'est le meilleur conseil qu'on puisse vous donner.





partie 3  
passez à l'action maintenant !



## Vos premiers pas:

Nous arrivons à la fin de ce guide, nous espérons que celui-ci aura répondu à certaines questions que vous vous posiez ; il vous en reste certainement bien d'autres.

**Un seul conseil : si vous sentez que créer votre entreprise est votre destin, n'hésitez pas une seconde.**

Si vous êtes toujours en doute mais que l'idée reste et s'incruste, commencez par suivre une ou des formations qui contribueront à vous donner du courage.

Parlez en autour de vous, rencontrez des personnes qui se sont lancées et qui vous apporteront de la motivation.

Une souris qui arrive devant une grande roue de fromage ne se pose pas la question de savoir si elle va exploser en mangeant tout !

Elle l'attaque bouchée par bouchée et y viendra à bout sans aucun problème.

Il en va de même pour votre projet. Ne vous posez pas des milliers de questions. Foncez !

Vous résoudrez les problèmes un à un, prendrez de la force et développerez votre confiance en vous.



**Relisez régulièrement ce guide – comme ouvrage de chevet –  
pour vous en inspirer et vous améliorer.**

## Moteur !

Allez vous acheter un magnifique cahier ou une belle farde flambant neuve, un nouveau stylo ; commencez à rêver et à mettre sur papier tout ce qui vous passe par la tête.

Répondez aux questions qui suivent. Consacrez 30 minutes chaque jour pour les relire, modifier et affiner vos réponses pour qu'elles deviennent de plus en plus précises au fil du temps.

Cette étape est la première pierre de votre projet qui vous conduira vers la rédaction d'un business plan plus tard.

- De quoi rêvez-vous ?
- Quelle est votre passion ?
- Quelles sont vos valeurs ?
- Quelles sont les priorités dans vos valeurs ?
- Faites le bilan de vos expériences déjà réalisées et décrivez vos compétences et savoir-faire.
- Quelle est profil de personnalité ?
- Quelles sont vos motivations personnelles et professionnelles ?
- Quels sont vos objectifs personnels et professionnels ?
- Quelles sont vos reconnaissances attendues ?
- Quelles sont vos contraintes personnelles ?
- De quelles compétences disposez-vous et que vous n'avez pas encore exploitées

- Quelles compétences voulez-vous développer ?
- Quel service ou bien rêvez-vous de produire ou fabriquer ?
- Comment pensez-vous le vendre ?
- A quels besoins doit répondre précisément votre bien ou service ? Quelle est son utilité ?
- Quels sont les bénéfices que le client peut espérer satisfaire par l'achat de votre bien ou service ?
- S'il y a lieu, quel est le caractère novateur de votre projet ?
- A qui voulez-vous vendre votre produit ou service ?
- Quels seront vos premiers acheteurs et pourquoi ?
- De quelles informations essentielles devez-vous disposer ?
- Où pouvez-vous solliciter des avis et conseils et comment s'y prendre pour être efficace ?

## Dimension sociétale de votre projet

Si vous voulez :

- que votre projet intègre une dimension d'engagement socialement responsable,
- que le produit ou service que vous allez réaliser enrichisse vos clients autant que vous ne vous enrichirez,
- que son élaboration contribue à créer du bien-être à vos clients, votre personnel et à la société au sens large tout en respectant l'environnement,

**alors ajoutez ces questions :**

- Quelles sont vos motivations ?
- Que signifie pour vous RSE (Responsabilité Sociétale d'Entreprise) ?
- Quels paramètres de la RSE voulez-vous voir intégrer dans votre projet ?
- Comment intégrer une dimension sociale à votre projet ?
- Comment intégrer une dimension environnementale à votre projet ?
- Quel engagement sociétal êtes-vous prêt à prendre ?





partie 4  
ils témoignent pour vous



Pour agrémenter ce guide d'expériences vécues, nous avons fait appel à un groupe d'entrepreneurs. Nous avons réalisé une animation avec eux, afin qu'ils vous livrent les témoignages et les conseils que vous avez lu à chaque fin de chapitre.

Par la suite, nous leurs avons posé 9 questions à titre personnel sur leur expérience.

Leurs réponses vous feront découvrir qu'ils se sont posés les mêmes questions que vous vous posez avant de « créer votre boîte », qu'ils ont ressenti les mêmes peurs.

Mais ils témoignent du sentiment qui les habite actuellement après avoir osé se lancer et avoir développé leur entreprise. Ces témoignages sont objectifs car ils vous livrent les succès mais aussi les situations inconfortables par lesquelles ils sont passés voire d'échec pour certains.

**Ce guide se terminera par les trois conseils que chacun vous adresse pour vous lancer et ouvrir la porte de cette belle aventure.**

## Témoignage de leurs expériences personnelles

### Quel a été le déclic qui vous a donné envie d'entreprendre ?

- Passion pour la créativité et le développement de projet.
- Envie de développer un projet propice dans un secteur de passion.
- La formation en gestion d'entreprise lors de mon cursus académique.
- La volonté de travailler dans ma région.
- Je suis issu d'une famille d'entrepreneur.
- Rencontre avec mon associé.
- Voyage – expatriation 6 mois au USA : l'esprit d'entreprendre y est omniprésent.
- Le travail d'employé ne correspondait pas à mes attentes.
- Rencontre avec d'autres entrepreneurs et la passion que ces derniers affichaient.
- Je suis un entrepreneur dans l'âme !
- Volonté de me prendre en main et de développer une activité économique régionale.
- Soutien de mes proches par rapport au projet proposé.
- Rencontre avec les bonnes personnes, au bon moment.
- Envie de liberté de prise de décisions, de choix, orientation, produits, clients...
- Envie de créer.
- Envie de faire du travail de qualité et efficace.
- Envie d'être son propre chef et éviter les lourdeurs des grandes entreprises.
- Mon licenciement avec préavis et changement d'ordre privé.
- Je suis issue d'une famille d'indépendants depuis trois générations et je savais qu'un jour j'entreprendrais seule. A 28 ans, après avoir acquis une expérience suffisante selon moi, je me suis lancée.
- Tout simplement la faim. Nous devions faire face à un remboursement d'endettement et nous étions dès lors « poussés dans le dos ».
- Pour ce que je voulais faire : obliger de créer mon entreprise. Impossible de le faire autrement.

## Quel a été le moteur de votre projet ?

- L'opportunité de reprise d'un savoir-faire.
- La passion et la motivation pour faire le pas.
- La faisabilité financière.
- Certitude que nous pouvions faire mieux et/ou apporter une valeur ajoutée à nos achats.
- Le plaisir.
- Force personnelle, le travail, l'expérience acquise tout au long de mon parcours.
- Faire un travail de qualité et un des meilleurs produits sur le marché.
- Désir de créativité, réalisation de moi, volonté de construire mon propre avenir et patrimoine, concrétiser mes idées.
- La motivation et l'envie de faire ce qui me plaisait
- Créer un nouveau produit qui n'existait pas sur le marché et devenir une référence dans la grande distribution.
- Faire quelque chose qui me plaît, où je me sens vivre. Etre dans la création et la technique.

## Quels étaient vos talents de départ ?

- Compétence en gestion.
- Expérience en communication et marketing.
- Intérêt pour l'humain.
- Créativité et vision stratégique.
- Mes compétences acquises avant la création de l'entreprise ne correspondaient pas à ce qu'il est nécessaire d'avoir pour réaliser notre projet. Cependant les compétences qui m'ont aidées sont :
- La passion, l'envie d'entreprendre et de réaliser
- Compétences techniques
- Compétences en finance, comptabilité et relationnelles
- La main d'un travailleur manuel.
- Une certaine capacité de travail et d'analyse.
- Compétences et connaissance des produits.
- Organisation et pluridisciplinarité.
- Energie et capacité de travail.
- Commerciaux, initiative, détermination, relationnelle.
- Mon diplôme, mon expérience de terrain en intérim, mon culot et surtout la rage de réussir.
- Courage et foi dans mon projet.
- Talent de vendeur et expérience du passé
- Mes études et la gestion d'entreprise.
- Avoir travaillé au ministère des travaux public avec ressources relationnelles.

## Quelle(s) compétence(s) avez-vous dû acquérir ?

- Compétences de production.
- Informatique, négociation, juridique, langues.
- Psychologique : résistance au stress, détachement...
- Connaissance du marché.
- Connaissance des matières premières pour le secteur dans lequel je voulais évoluer.
- Gestion financière et gestion des ressources humaines.
- Techniques spécifiques pour garder sa valeur ajoutée.
- Formation à la création d'entreprise.
- Compétences commerciales.
- Gestion des personnes et des ressources.
- Diplomatie.
- Patience et persévérance.
- Juridiques et financières.
- Compétences généralistes en marketing, finance, en gestion du temps, en gestion d'entreprise, en gestion des plaintes.
- Rigueur.
- Réaliser un business plan.
- Gérer le financier et la relation avec les banques.
- Relationnel avec les partenaires.
- Obtenir des contrats.

71

## Quels challenges avez-vous remportés ?

- Développer le savoir-faire existant.
- Maintenir le niveau de qualité élevé, maintenir le personnel.
- Construire une image de marque de ma société.
- Réalisation d'une vente d'un montant très important.
- Convaincre une banque d'utiliser une TPE nouvellement créée à la place d'un concurrent établi depuis longtemps.
- Aucun mais beaucoup d'expériences.
- Entreprise pérennisée et reconnue dans le domaine.
- Fidélité de la clientèle.
- Créer une entreprise IT en tant que femme, la maintenir jusqu'à ce jour, tout en étant maman de trois enfants.
- Deuxième lauréate Equiwomen Awards 2010.
- Obtention de gros contrats.
- Reconnaissance comme le meilleur produit.
- Résister aux pressions extérieures.

- Challenges personnels, dépasser mes peurs et accepter l'échec éventuel tout en conservant la capacité et la volonté de me relever si nécessaire.
- J'en ai eu plusieurs mais le premier fut la signature de mon premier contrat pour sélectionner et recruter du personnel.
- Nous avons réussi à imposer un concept dans 17 pays d'Europe, aux USA et au Japon.
- Avoir mis en place un bureau d'études et avoir su gérer des chantiers.
- Connaître le fonctionnement de la production et la vente de mes produits dans la niche de marché dans laquelle je travaille.

### Quelles peurs avez-vous dû affronter ?

- L'insécurité financière, prise de risques financiers importants.
- Pas d'emprise ou de contrôle réconfortant sur les comportements d'achats des clients.
- Financières : plus de salaire - Echec : réussira-t-on ? - Sacrifice à consentir.
- Suite à des circonstances impossibles à prévoir qui sont survenues en très peu de temps, j'ai dû faire face à toute une série de problèmes générant du stress, notamment avec les clients, banquiers, comptable, fournisseurs, avocat, huissier, tribunal, ... me menant au dépôt de bilan.
- Peur de l'échec dans le regard des autres.
- Aucune, il suffit que l'idée arrive, germe et j'avance.
- Peur du manque de ressources.
- Déroute financière, solitude, échec, humiliation face à l'échec, déséquilibre vie privée/professionnelle.
- Ma plus grande peur fut « la confiance en moi ». Elle avait un double impact : d'une part elle me terrorisait et d'autre part, le plus souvent, cela me boostait car je voulais me surpasser.
- Si je ne gagne pas d'argent : comment vais-je faire ?
- Au départ : ne pas savoir payer les salaires et obsession par rapport à la concurrence dans le début.
- Peur de la faillite
- Peur de passer pour incompetent
- Peur de déplaire
- Peur de ne plus avoir assez de liquidités

### Combien de temps s'est écoulé entre l'idée et la création de votre entreprise ?

- Plus ou moins dix ans
- 4 ans se sont écoulés entre le début de l'idée et la concrétisation. 4 ans de réflexion et d'acquisition de compétences.
- Ouvrier pendant 60 jours et puis indépendant
- 6 ans de préparation et moins d'un an pour la création de l'entreprise
- 18 mois
- Quatre ans, le temps de mettre toute la procédure en place et de terminer les formations que je jugeais indispensables (licence)

- 5 ans
- 10 ans
- Entre 6 mois et 8 mois
- 24 heures

### Aujourd'hui, quelles satisfactions en retirez-vous ?

- Un positionnement produit d'excellence
- Une équipe motivée.
- Un produit différencié.
- Un produit plaisir.
- Liberté de réaliser ce que l'on veut, liberté d'esprit.
- Satisfaction de pouvoir mesurer directement l'importance de ses actes.
- Satisfaction d'avoir osé franchir le pas de l'entrepreneuriat.
- Rencontres fantastiques avec des personnes de tout horizon.
- Heureux de l'expérience.
- Clientèle satisfaite.
- Bonne entente parmi les administrateurs et gérants.
- Permet de faire vivre la famille.
- Rencontres et partages.
- Maturité.
- Avoir réalisé son projet même si celui-ci ne s'est pas bien terminé

73

Désillusion = sentiment de gâchis car l'histoire aurait pu être beaucoup plus belle et plus réussie. Il y avait mieux à faire, déception sur le comportement humain.

- D'avoir osé relever ce challenge et malgré les difficultés d'y croire avec fierté et enthousiasme.
- Aujourd'hui la satisfaction est au complet vu que je ne me vois pas faire autre chose et que je souhaite encore et encore la développer et même en créer une autre dans le secteur immobilier. De plus, les claques prises pendant 10 ans vous font prendre conscience de vos faiblesses et de vos atouts.
- Fier et heureux d'avoir créé 110 emplois.
- Etre fier de mes projets réalisés
- Etre connu dans le milieu de ma niche de marché ;

### Quels conseils donneriez-vous à ceux qui hésitent à se lancer dans la grande aventure ?

- Y croire et garder la bonne distance en matière d'investissement humain dans le projet.
- Se préparer pour mettre tous les atouts de son côté.
- Savoir prendre du recul et développer la confiance en soi.
- Maîtriser des outils d'aide à la gestion.
- Accompagnement : gestion opérationnelle et gestion de l'humain
- Ne pas perdre de vue que : gestionnaire = humain et non surhomme

- Liberté et indépendance sont un avantage réel.
- Fixez-vous un objectif personnel.
- Si votre objectif est d'entreprendre, alors allez-y, vos peurs deviendront votre motivation.
- Je préfère me réveiller à 50 ans et me dire : « j'ai réalisé quelque chose plutôt que de regretter de n'avoir rien fait ».
- Ne pas trop vite avoir confiance aux personnes, prenez du temps pour élaborer les relations.
- Bien se faire entourer sans se laisser influencer.
- Profiter des aides proposées mais ne pas adapter son projet pour tomber dans un canevas.
- S'assurer du soutien du 1er cercle.
- Ne pas négliger le capital de base de l'entreprise.
- Essayer de se projeter dans 6 mois, 2 ans, 10 ans et sentir si le projet est « comblant ».
- Tout tracer (business plan), s'entourer, avancer, travailler, évaluer.
- Si on y croit, il ne faut pas hésiter, mais il faut néanmoins bien étudier les différents aspects de son projet pour éviter l'échec.
- « Faites ce dont vous avez peur, c'est le plus sûr » 'Connie Palmer'
- Votre trésor : vos questions et vos doutes.
- Ne pas hésiter, foncez et croyez en vous !
- Avoir un projet et être sûr à 100% de vouloir le réussir, avoir autour de soi de bons conseillers et être courageux.
- Bien connaître son marché.
- Etre passionné dans le domaine de son activité.
- Bien connaître ses défauts et problèmes relationnels.
- Etre un peu fou et ne pas chercher le confort et la sécurité
- Commencer petit, tester, recommencer avec l'apprentissage de la première expérience.

## Les 3 conseils de chacun des entrepreneurs

### Florence Fernémont



Entreprise : Carrément bon

Activité : boulangerie, pâtisserie, chocolaterie

Site : [www.carrementbon.be](http://www.carrementbon.be)

#### Mes 3 conseils-clés au candidat entrepreneur

1. Y croire, conceptualiser son projet
2. Le rendre réalisable : se former, s'entourer de personnes compétentes, créer un réseau, déléguer ce qui ne fait pas partie de sa compétence, budgétiser de manière réaliste.
3. Agir à court et moyen terme sur base de la stratégie à long terme.

### François-Xavier Bellot



Entreprise : Auctelia

Activité : reventes de machines industrielles et d'équipements industriels sur internet.

Site : [www.auctelia.be](http://www.auctelia.be)

#### Mes 3 conseils-clés au candidat entrepreneur

1. Bien réfléchir sur ce que l'on veut faire/ accomplir dans sa vie.
2. Si on veut entreprendre, fais-le et arrête de te poser des questions car sinon, tu ne franchiras jamais le pas.
3. Ne pas avoir peur !!!

75

### Yves Bourgeois

#### Mes 4 conseils-clés au candidat entrepreneur

1. Courage et bonne santé
2. Honnêteté
3. Dialogue avec les bonnes personnes
4. Avoir un bon comptable et fiscaliste.

### Arnaud Deflorenne



Entreprise : Arpaweb

Activité : Société informatique spécialisée dans les domaines Internet, logiciels de gestion et CRM

Site : [www.arpaweb.be](http://www.arpaweb.be)



Entreprise : Greenbazaar

Activité : Portail de produits et services durables

Site : [www.greenbazaar.be](http://www.greenbazaar.be)



### Mes 3 conseils-clés au candidat entrepreneur

1. Oser se lancer et garder à l'esprit que l'expérience est une accumulation d'erreurs et d'échecs et que donc nos échecs sont VALORISABLES.
2. Garder une notion de plaisir dans l'activité que l'on met en place.
3. Ne pas sous-estimer la capitalisation de son entreprise et bien s'entourer pour le lancement !

### Anathalie Mukundwa

Entreprise : PACTech

Activité : consultance en informatique

Site : [www.pactech.eu](http://www.pactech.eu)

Entreprise : ACCORTise

Activité : Business center

Site : [www.accortise.eu](http://www.accortise.eu)

### Mes 3 conseils-clés au candidat entrepreneur

1. Bien se préparer : études, formations, informations, contacts, s'entourer, se fixer des objectifs de vie.
2. Travailler : concrétiser ses rêves, affronter la réalité, se donner à fond, toujours rester en accord avec les objectifs de vie que l'on s'est fixé.
3. Avancer : évaluer, tirer des conclusions, ne pas rester immobile en ruminant ses échecs, se relever et continuer.

### Ladislav Holvoet

Entreprise : Derivative Company

Activité : développement informatique de software financier pour professionnels de la finance : banques, trésoriers d'entreprise, asset managers, institutions publiques

Site : [www.derivativecompany.com](http://www.derivativecompany.com)

### Mes 3 conseils-clés au candidat entrepreneur

1. Ne s'engager que si on est assez fort psychologiquement et capable d'affronter le stress.
2. Avoir parfaitement étudié son idée et sa stratégie : les points forts et les points faibles de son projet.
3. Etre conscient qu'il n'y a quasiment pas de retour en arrière possible : une fois qu'on a le virus, il n'est plus possible de s'en défaire.





### Gérard Iannone

Entreprise : Vitacom

Activité : consultance en téléphonie

Site : [www.vitacom.be](http://www.vitacom.be)

#### Mes 3 conseils-clés au candidat entrepreneur

1. T'affirmer et t'exprimer sur base de ton ressenti et de tes objectifs.
2. Sois bien entouré : affectif, juridique, marketing...
3. Etre dans l'action et adapter sa stratégie en permanence.



### Isabelle Parent

Entreprise : ID-Conseil

Activité : conseil en ressources humaines : recrutement, audit organisationnel, entretien annuel, description de fonction.

Site : [www.id-conseil.be](http://www.id-conseil.be)

#### Mes 3 conseils-clés au candidat entrepreneur

1. Etre en bonne santé
2. Avoir la rage de réussir
3. Avoir un mentor

77



### Erik Maes

Entreprise : Père Olive

Activité : entreprise agroalimentaire spécialisée dans le conditionnement d'olives de table et de produits méditerranéens non pasteurisés (sans conservateur) et non stérilisés.

Site : [www.pereolive.com](http://www.pereolive.com)

#### Mes 3 conseils-clés au candidat entrepreneur

1. un réel projet
2. courage, santé morale et physique
3. bon entourage et être compris des siens (famille et ou conjoint)



## Serge Van Rutten

Entreprise : Projet 21C

Activité : bureau spécialisé dans l'étude d'aménagement d'espace public, en éclairage public, en sécurité routière et en gestion de la mobilité.

Site : [www.p21c.net](http://www.p21c.net)

### Mes 3 conseils-clés au candidat entrepreneur

1. Etre passionné du projet qu'on met en place.
2. Commencer par paliers et phases, pour se donner la possibilité de prendre du recul et être vigilant à ce qui ne fonctionne pas pour prendre des enseignements et changer sa stratégie rapidement.
3. Garder en permanence le contrôle et l'anticipation des problèmes financiers.

## David Longfils

Entreprise : BEP

Activité : conseiller d'entreprises.

Site : [www.bepentreprises.be](http://www.bepentreprises.be)

conseiller au B.E.P.

### Mes 3 conseils-clés au candidat entrepreneur

1. Prendre du recul pour calculer le positif et le négatif et définir le bon timing.
2. Ne pas donner des chiffres surréalistes dans son prévisionnel.
3. Avoir un capital de départ suffisant pour tenir minimum 6 mois, et accepter de le perdre.

## Bernard Miche

Entreprise : Finergie

Activité : cabinet de conseillers en création, croissance et transmission d'entreprises.

Site : [www.finergie.be](http://www.finergie.be)

### Mes 3 conseils-clés au candidat entrepreneur

1. Il faut vivre ses rêves.
2. Un entrepreneur honnête, humain et efficace sachant toujours se remettre en question développe une des plus belles entreprises.
3. Ecoutez votre part de doutes et faites en une alliée, car elle a toujours quelque chose à vous apprendre pour vous conduire au succès.



# Pourquoi ouvrir ma boîte ?

## Les trucs et astuces pour adopter les bonnes attitudes

L'entrepreneur doit d'abord apprendre à marcher, à trotter et seulement après à courir pour atteindre les objectifs qu'il s'est fixé.

Vous avez compris : l'originalité de ce guide réside dans le fait que le capital humain y est central.

La réussite de votre entreprise ne dépend que d'une seule personne : vous !

Dès lors, votre équilibre est capital pour réussir votre projet. L'entreprise ne se développera que si vous vous développez.

Et pour vous développer, il faut vous renforcer petit à petit, acquérir de nouvelles compétences, apprendre à vous gérer, à gérer du personnel et à être efficace pour réaliser des bénéfices, clé de durabilité d'une entreprise.

Nous ne pouvons vous dire qu'une chose :

**Être entrepreneur, c'est passionnant !**



Le Fonds Européen de Développement Régional et la Région wallonne investissent dans votre avenir



Le BEP coache les entrepreneurs namurois en gestion et stratégie de développement d'entreprise, tout au long du processus de création, consolidation, croissance, diversification ou redéploiement de leur entreprise en les aidant à :

- valider les idées et poser les meilleurs choix stratégiques
- accéder aux sources de financement et aides publiques
- évaluer un projet d'investissement
- élaborer un plan d'affaires et un plan financier
- monter un dossier pour obtenir des aides/subsides
- établir un diagnostic général de l'entreprise
- réaliser un plan stratégique de commercialisation