

Se constituer un écosystème devrait être une priorité pour les entrepreneurs

Le talent d'un entrepreneur tient à sa capacité d'exécution et à la qualité de ce qu'il met en œuvre au quotidien. Mais il faut mettre fin au mythe du self-made entrepreneur ! La réussite tient aussi, et surtout, à l'aptitude des entreprises à constituer autour d'elles un écosystème solide et pertinent.

Temps de lecture : minute

2 décembre 2020

Tout au long de ma vie de chef d'entreprise, je n'ai eu de cesse de constituer et d'étendre les écosystèmes autour de mes projets. L'objectif : construire des cercles concentriques autour de mes entreprises, pour les protéger dans les moments difficiles et les propulser plus rapidement dans les périodes de croissance. L'écosystème est à la fois un facteur de résilience et un accélérateur de croissance. Pour une entreprise qui se lance, développer cette approche écosystémique implique de bien réfléchir à toutes les dimensions de son activité et à les mettre en lien. Ces liens se nouent parfois spontanément, quand d'autres sont à créer.

Au fil du temps, des connexions inattendues s'opèrent : tel partenariat commercial pourra servir la marque employeur et deviendra un facteur d'attractivité pour attirer de nouveaux talents, par exemple.

Voici quelques bonnes pratiques pour déployer très tôt une approche en écosystème et l'enrichir à mesure que l'entreprise grandit :

Relier les partenaires entre eux

Signer des partenariats n'est que le début du chemin. Il s'agit surtout de les entretenir sur le long terme, et, mieux, de créer des ponts entre ses différents partenaires - qu'ils soient commerciaux, techniques ou autres. Ce lien permet de faire en sorte que l'écosystème évolue organiquement autour de la vie de l'entreprise. Faire se rencontrer ses partenaires et tisser un réseau interconnecté est devenu une habitude. Cloisonner ses partenaires ne pourrait que réduire les chances de l'entreprise de faire naître des idées et des approches innovantes.

Anticiper les besoins

Penser que les partenariats doivent être noués au moment où l'entreprise en a besoin est une erreur. Vos partenariats doivent naître bien en amont de leur utilisation. Créer un écosystème, c'est parler sans cesse de votre projet à de nouveaux interlocuteurs, leur faire comprendre votre ambition bien en amont du moment où vous aurez potentiellement besoin de leur service. Les partenaires permettent à l'entreprise d'atteindre ses objectifs parce qu'ils ont été convaincus souvent très en amont de la vision et de l'exécution.

Pour mon dernier projet Ponicode, la totalité des partenaires stratégiques avec qui nous travaillons aujourd'hui étaient au courant de l'idée, de la vision et des objectifs avant même que la société soit créée et les cofondateurs identifiés.

Solliciter son écosystème

N'hésitez pas à récolter des avis et à échanger avec les membres de votre

écosystème sur des points très stratégiques (la vision de votre entreprise et de votre marché, vos enjeux de recrutement...) comme sur des aspects très opérationnels (comment construire un MVP ?). On apprécie souvent d'être impliqué ou, questionné sur des choses qu'on maîtrise et qu'on aime.

Aujourd'hui il ne se passe pas une journée sans que je ne questionne une personne de mon écosystème sur une thématique précise. C'est un moyen de créer du lien, voire, qui sait, de susciter des synergies. Profitez des ressources et de l'intelligence de vos partenaires pour faire mieux les choses !

Sortir d'une approche transactionnelle

La différence entre un écosystème et une addition de partenariats tient en un mot : l'humain. La force d'un écosystème, c'est sa capacité à démultiplier l'intelligence collective pour faire naître de nouvelles sources de valeur, pour chacun de ses membres. Les écosystèmes qui ont réussi sont ceux qui engagent personnellement et émotionnellement les partenaires. Un écosystème ne sera donc jamais la somme de contrats signés avec des partenaires. C'est la somme d'investissement humain, de partage de connaissances et, parfois aussi, de transactions commerciales ou financières.

La clé : construire des relations humaines de long terme

Ce dernier point est peut-être celui qui réunit finalement toutes les aspérités et tous les challenges de la création d'un écosystème. Si le chef d'entreprise n'adopte qu'une approche transactionnelle, il ne trouvera jamais de partenaires déterminés à investir dans la réussite de l'entreprise. Il est nécessaire de dépasser la simple prestation de service.

Cela n'est possible qu'en construisant une relation humaine de long terme.

Construire une relation de confiance et un échange riche et continu avec des décideurs dans des entreprises leaders du marché et de l'innovation, c'est ce que j'ai fait au fil de mes 20 années d'entrepreneuriat. Ceux qui ont entendu et écouté mes premières idées sont encore ceux qui sont les premiers à échanger sur mes doutes et mes questionnements dans le développement de mon entreprise 20 ans plus tard. Ce sont ceux aussi à qui j'essaie humblement de partager aide, conseil et opportunités.

En respectant la vision et l'opinion de ces partenaires et en les incluant dans une conversation sur la réussite de l'entreprise, on crée un lien humain, on remet la valeur des partenaires au cœur de la réussite de l'entreprise.

Un exemple : je m'assure toujours de tenir mes partenaires stratégiques au courant des projets de l'entreprise avec le plus de transparence possible afin que des idées originales puissent germer au sein de mes partenariats. C'est ainsi que l'incubateur de mon précédent projet est devenu sans préméditation un collaborateur et un co-distributeur de notre produit fini. Cela n'a été possible qu'en leur donnant une place à notre table et en les informant sans arrêt de nos errements dans la recherche du "product market fit".

L'approche écosystémique explique en grande partie pourquoi les multi entrepreneurs qui s'inscrivent dans une réussite systématique de leurs projets sont ceux qui maintiennent l'écosystème qu'ils ont construit autour d'eux pendant plusieurs dizaines d'années et au fil de plusieurs entreprises. L'exemple de Xavier Niel est éloquent : l'Ecole 42 et Station F sont avant tout des opportunités supplémentaires pour lui d'enrichir son écosystème, en fédérant autour de lui de nouvelles énergies.

Une entreprise ne peut réussir sans les autres. La qualité première d'un bon chef d'entreprise est donc de savoir construire un écosystème robuste. Au quotidien, une grande partie de son temps devrait être officiellement allouée à l'animation de cet écosystème et à des rencontres. Les entrepreneurs doivent intégrer cette activité et lui réserver une place aussi importante que le développement de produit, car elle est critique à la réussite de leur projet... Tisser une relation de confiance avec des partenaires prend du temps !

Patrick Joubert est co-fondateur et CEO de Ponicode

Article écrit par Patrick Joubert