

Les 10 conseils de Christophe Courtin aux entrepreneurs

Christophe Courtin, fondateur de Courtin Investment, est un entrepreneur et Business Angel français. Découvrez ses conseils aux startups françaises.

Temps de lecture : minute

3 mars 2020

Republication du 6 juillet 2017

Christophe, diplômé de Paris-Dauphine, monte en 2007 à l'âge de 26 ans sa 3ème société, Santiane. Et ce sera la bonne ! Sur le marché traditionnel du courtage en assurance, il prend un prisme résolument techno et innovant qui le propulsera leader sur le marché français en moins de 5 ans. Il recevra le Prix de l'Entrepreneur de l'année en 2012 dans la catégorie Innovation. Huit ans après la création, il cède Santiane - 40 millions d'euros de CA et 350 collaborateurs. Il entame ensuite une seconde vie de business angel avec déjà plus d'une vingtaine de deals en moins de 2 ans (via sa holding Courtin Investment); ce qui le place comme l'un des business angels référents en Europe.

La principale responsabilité de l'entrepreneur consiste à former une équipe complémentaire et soudée

Une garde rapprochée est constituée de 4-5 " C-levels ". Chacun doit être choisi consciencieusement notamment pour ses valeurs qui doivent être les mêmes que le ou les fondateurs sous peine d'un dysfonctionnement.

Chacun de ces C-Levels doit impulser une vision et une dynamique avec ses propres équipes. Ils ne sont, dans aucun cas, de simples exécutants.

Ces C-levels s'inscriront dans la durée, afin de favoriser des automatismes de travail et une relation de confiance dans l'entreprise entre les C-levels, le ou les fondateurs, et l'ensemble des collaborateurs.

La levée de fonds ? oui mais sous certaines conditions

L'entrepreneur ne dispose que de 100 points de capital. Il devra se diluer au bon moment - ni trop tôt, avant d'avoir prouvé son modèle - ni trop tard au risque de voir des concurrents le surclasser.

L'entrepreneur devra être exigeant sur la qualité de tous ses investisseurs. L'entrepreneur devra choisir des investisseurs supportives permettant à la société de franchir une étape, et aussi être très attentif à la qualité de son pacte d'actionnaires, clé pour la suite de son entreprise.

L'acquisition clients permet aux entrepreneurs " malins " de se démarquer des autres

Oui, il y aura toujours un concurrent avec des budgets marketing plus conséquents. Cependant, les canaux d'acquisition sont suffisamment nombreux et modulables pour qu'un entrepreneur avisé puisse se distinguer.

L'idée est d'être en " test & learn " de manière permanente pour trouver son ou ses quelques canaux de prédilection et d'affiner en quasi temps réel au fur et à mesure ses actions grâce à des outils de suivis performants.

Une astuce consiste à toucher le sentiment d'appartenance régional. Sur deux offres comparables, le client choisira toujours celle qui évoque plus de proximité (région, département, ville). Il ne faut donc pas hésiter à en jouer lors des campagnes et sur les pages de son site web / sur son app.

La direction financière doit être au service du business

Tôt dans la vie de la société, l'entrepreneur avisé se renforcera sur la fonction " finance ". Cela lui permettra de comprendre précisément ses marges brutes et nettes sur tous types de segments de clients et donc de permettre d'arbitrer plus facilement et de façon pragmatique.

Ces outils accessibles en quasi temps réel seront facilement utilisables par les opérationnels concernés notamment les C-levels.

La DRH doit adopter une logique ROIste

Au même titre que la direction financière, la DRH doit être structurée rapidement dans la vie de la société. Cela se traduit par la constitution d'un tableau de bords avec les principales KPIs.

La DRH cherchera constamment à améliorer ses KPIs afin de justifier ses actions, au même titre qu'une direction commerciale et marketing.

Le client le plus rémunérateur n'est pas forcément celui qu'on croit

La valeur d'un client ne se juge pas sur la première commande mais sur sa " life time value ". Charge à l'entrepreneur d'intégrer le churn et tous les coûts directs pour apprécier la vraie valeur d'un client - et donc ce qu'il est prêt à investir en coût d'acquisition.

Un CAC trois fois plus important pour un client X mais qui commandera Y fois tout au long de sa life time value pourra donc se justifier.

Ne pas hésiter à se séparer d'un collaborateur rapidement si cela est nécessaire

L'entrepreneur et ses C-levels feront le maximum pour conserver leurs équipes. Cependant, si un collaborateur ne se sent plus à sa place voire devient " négatif ", il doit quitter l'entreprise le plus vite possible. Les difficultés et obstacles, dans la grande majorité des cas, ne font qu'empirer avec des conséquences néfastes pour les deux parties.

Toujours la rentabilité en ligne de mire pour conserver son indépendance

Attention de ne pas tomber dans une possible dépendance vis-à-vis de ses actionnaires financiers et de ses banques. L'entrepreneur disposera d'un plan actionnable pour atteindre la rentabilité dès que possible.

L'image et l'ego de l'entrepreneur

Si une bonne communication est aussi une des clés de la réussite d'une startup, il est important de faire ce que l'on dit et de dire ce que l'on fait.

Annoncer dans les medias des objectifs non tenus par la suite serait néfaste pour la société de par la perte de crédibilité générée.

L'advisory board : l'autre garde rapprochée

essentielle

L'entrepreneur est, par définition, seul. Il devra donc se rapprocher de personnes de confiance, disponibles et apportant un recul nécessaire lui permettant d'avancer.

Le choix de ces personnes se fait selon leurs compétences mais surtout leurs expériences permettant d'éviter certaines embûches.

Attention à ne pas négliger le feeling. Par analogie, naviguer avec quelqu'un qu'on n'apprécie pas finit souvent très mal.

Article écrit par Romain Dehaussy