

Comment les startups peuvent-elles s'organiser pour passer l'échelle efficacement ?

Le "scale", étape importante et recherchée par les startups, nécessite de repenser l'organisation interne de l'entreprise. Comment préparer sa startup pour favoriser une croissance rapide et durable ? Tim Dumain, cofondateur de Big Blue et François Plattard, responsable du programme Startup chez Hubspot, partagent leurs conseils à Maddyness.

Temps de lecture : minute

13 septembre 2022

Bien choisir ses outils pour se structurer

Une scaleup est avant tout une startup qui a la possibilité, par son business model, de générer des revenus de façon exponentielle, sans que ses coûts augmentent proportionnellement. En somme, tout nouveau client acquis coûte moins cher que le précédent. La scalabilité ne se décrète pas, et il appartient à l'entrepreneur de prouver que son business est scalable. S'il ne l'est pas, c'est à lui de le modifier pour qu'il le devienne.

Or, il est une règle d'or en entrepreneuriat : toute startup en pleine croissance doit apprendre à se structurer rapidement, surtout lorsqu'elle montre de grandes ambitions. En effet, cette organisation et structuration aura pour conséquence de faire perdurer le modèle et le business de la startup. L'objectif est donc de sécuriser sa croissance.

Pour François Plattard, responsable de programme chez Hubspot, cette

structuration se met parfois en place sans que les entrepreneurs en aient conscience : " *Beaucoup de startups s'affichent en disant "Je n'ai pas de process". Pourtant, elles en ont, même si ces processus ne sont pas encore bien définis. Par exemple, le fait de retrouver toutes les informations dans un seul et même outil, efficace, pour ne pas perdre de temps, et automatiser des tâches répétitives à faible valeur ajoutée, c'est déjà une structuration qui va pousser à la croissance, et donc, plus tard, à scaler* ".

Plus que de la croissance, une meilleure organisation apporte également des gains de temps non négligeables. Ainsi, mieux écouter et comprendre les besoins de vos clients, sera d'autant plus simple si les retours clients remontent facilement, grâce à l'aide d'un CRM comme Hubspot. La conception de nouvelles fonctionnalités adaptées à leurs besoins sera d'autant plus simple, et bénéfique pour l'entreprise.

C'est aussi le point de vue de Tim Dumain, cofondateur de la startup Big Blue, startup spécialisée dans la logistique pour le e-commerce, qui avance le fait que tout entrepreneur doit se concentrer sur l'expérience client pour se développer, et concevoir son organisation interne en gardant en tête ce facteur. Sans cela, impossible de scaler.

En effet, "scaler" passe avant tout par cette analyse de l'expérience client, l'automatisation des tâches et l'utilisation d'outils adaptés à ces objectifs, sur le long terme.

" Aujourd'hui, les coûts d'acquisition clients coûtent de plus en plus cher. Il faut donc rentabiliser son acquisition par une bonne conversion, et faire en sorte qu'ils reviennent. Les clients ne doivent jamais être sans repère, et ils ne

doivent pas avoir besoin de contacter le SAV. Et pour ça, l'outil le plus présent en interne dans la gestion de Big Blue, c'est Hubspot "

Si, pour une startup disposant déjà de plusieurs dizaines de salariés, cette organisation basée sur des solutions externes peut sembler naturelle, Tim Dumain insiste sur le fait que cette stratégie doit être mise en place dès les débuts de l'entreprise : sélection d'une plateforme CRM et différentes briques qui peuvent être automatisées ou branchées au même CRM (marketing notamment, sales, services, CMS, ...) selon les besoins.

" Alors même que je me suis lancé tout seul, j'avais déjà sélectionné mon CRM, et c'est sans doute ce qui m'a permis de me développer rapidement et d'atteindre une équipe de 30 personnes ". précise Tim Dumain. " Au démarrage, ce sont ces workflows qui m'ont permis, en étant tout seul, de me démultiplier. Grâce à Hubspot, on pouvait penser que j'avais une équipe de 7 personnes, car je relançais au bon moment, je créais des alertes, je mettais en place des emails automatiques, conservais des informations sur mes leads ..."

"Aujourd'hui, avec notre équipe actuelle et Hubspot, on peut avoir l'impact de 100 personnes "

S'organiser aujourd'hui en pensant déjà à demain

Selon Verne Harnish, auteur de "[Scaling up, comment un petit nombre d'entreprises réussissent... et pourquoi les autres échouent](#)" (Gazelle,

2014), trois étapes successives permettent de devenir une "scale-up" :

1. Les fondements, dans laquelle l'entrepreneur cherche, apprend, et trouve les bases de son entreprise.
2. Le " bootstart ", une fois que le "market fit" est trouvé, signifie l'arrivée des premiers clients.
3. Le " 10x Launch ", qui va permettre véritablement de répliquer les solutions et donc les revenus de l'entreprise.

Ces trois phases peuvent être très rapides. Dès lors, pour François Plattard, responsable de programme chez Hubspot, il est important pour la croissance de l'entreprise, de réfléchir non pas seulement aux outils dont elle a besoin maintenant, mais surtout surtout de ceux dont elle aura besoin dans 2, 3 ou 4 ans : "*Beaucoup de startups pensent qu'ils auront le temps de mettre en place les bons outils, mais en y réfléchissant, on n'a pas forcément envie de migrer vers un autre CRM, de changer d'outils. Il faut faire en sorte de sélectionner les bons outils qui vont permettre d'avoir cette croissance. On est tenté pour économiser un peu de prendre des outils moins performants, mais ce n'est pas la meilleure idée*".

C'est dans cette optique qu'a été développé le programme Hubspot for startups. Ce programme permet aux startups d'entrer en contact avec l'éditeur américain lancé en 2006 et sa solution, sur la base de tarifs adaptés pour les startups qui collaborent avec un de leurs partenaires (Incubateurs, accélérateurs, ...). Les startups et PME qui ont obtenu un financement de la part de Bpifrance pourront également bénéficier de ce programme et de ses tarifs privilégiés. "*Nous aussi, nous étions une startup il y a longtemps.*" rappelle François Plattard.

" *Aujourd'hui, on veut rendre la pareille à l'écosystème. Nous avons fait le choix de travailler*

main dans la main avec les jeunes entreprises qui cherchent à se développer rapidement. "



Pour plus d'informations sur le programme Hubspot for startups, découvrez leur page [ici](#).

Article écrit par Maddyne avec Hubspot