

5 conseils pour transformer son idée en entreprise

Le Salon des entrepreneurs revient les 6 et 7 février prochains à Paris, au Palais des Congrès. A cette occasion, Maddyness et la CCI Paris Ile-de-France ont dressé une liste de conseils dédiés aux futurs créateurs d'entreprise qui veulent transformer leur idée en entreprise. Retour aux bases.

Temps de lecture : minute

21 janvier 2019

Monter son business découle d'une courageuse décision : faire de son projet une véritable entreprise. Mais comment s'assurer de sa pertinence ? Que se cache-t-il derrière et quelle est sa valeur réelle ? Est-il possible de le mettre en oeuvre sans se faire accompagner ? Maddyness, avec la CCI Paris Ile-de-France, vous donnent 5 conseils pour transformer votre idée en réalité.

1 - Vérifier que son idée correspond à un besoin

Victor Hugo disait que *"rien n'est plus puissant qu'une idée dont le temps est venu"*, et nous ne pouvons que le rejoindre sur ce point. Car avoir une idée de projet, c'est déjà un grand pas. Cependant, avant de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale, il faut être en mesure de répondre à une interrogation simple : *"vais-je avoir des clients ?"*. Question qui peut paraître absurde, mais qui a déjà posé bien des problèmes à celles et ceux qui ne l'ont pas sérieusement abordée. Laurent Mabire, chargé de la coordination de l'appui aux entreprises à la CCI Paris Ile-de-France, prévient : *"ce n'est pas l'idée qui fait le client, mais bien le client qui va*

transformer l'idée en opportunité d'affaires". Alors, si le client n'est pas clairement identifié, il peut être sage de repenser le projet pour éviter de foncer dans le mur. Ne pas oublier que la démarche entrepreneuriale a généralement pour but de répondre à un besoin.

2 - Éliminer les zones de flou

Pour continuer dans cette lancée, le futur entrepreneur doit être en mesure de faire un point sur ses capacités personnelles et son projet. Faire son autocritique en somme. L'idée, lors de cette phase, est de se poser toutes les questions afin d'éliminer les zones de flou, de doute, voire même de manque. Quels sont les atouts de ma personnalité ? Quelles compétences complémentaires aux miennes vais-je devoir chercher ? Quels sont les points de résistance du projet à date ? etc. Pour Laurent Mabire, *"c'est comme pour les bonnes résolutions 2019, on peut décider de se mettre au footing, mais au bout de quelques kilomètres les premières résistances apparaissent : on est fatigué, on a froid... Il faut savoir si l'on est vraiment prêt et motivé pour les surmonter"*.

Dans un deuxième temps, en termes de gestion de projet, il faut se demander : à qui je m'adresse ? Comment ? Avec qui ? Avec quelles ressources ? Quels partenaires ? etc. Ce questionnement sur deux niveaux aide à déterminer la valeur du projet. Lors de cette phase, faire appel à un conseiller peut être un plus, car la vision d'un tiers permettra de savoir s'il y a une logique dans ce qui se construit. Il aidera également le porteur de projet à éclairer les zones de flou.

3 - Bien étudier la valeur du projet

Une fois les zones de flou évacuées, il est primordial de s'interroger sur la valeur du projet. Cette notion de valeur est importante car c'est elle que le client va acheter in fine. Financière ou non, la valeur est déterminée grâce à une série d'investigations. L'entrepreneur doit se questionner sur

ce qui existe sur le marché, quels en sont les acteurs et les grandes tendances. Cela lui permettra de mesurer la viabilité de son idée. Puis, il doit entrer dans une analyse de plus en plus précise, en faisant des enquêtes client, des POC - Proof Of Concept -, des tests consommateurs... de façon à se rapprocher d'un produit ou service qui corresponde à un concept viable.

4 - S'appuyer sur ses réseaux

L'idée est bonne, les zones de flou éliminées, la valeur sérieusement étudiée. Mais ce n'est pas tout ! Pour que le projet puisse voir le jour, le chef d'entreprise doit parallèlement activer ses réseaux.

“L'entrepreneuriat est une histoire de rencontres qui reposent sur la confiance, explique Laurent Mabire. On a toujours besoin d'un réseau de fournisseurs et de clients avec qui une confiance mutuelle est établie. Depuis longtemps, les rencontres font les opportunités d'affaires. Le rôle de la CCI Paris Ile-de-France, par exemple, est notamment de provoquer ces rencontres pour aider les dirigeants à constituer leurs réseaux”.

Au final, on peut considérer que l'utilisation des réseaux relève d'une réelle technique marketing puisque cela peut ouvrir sur des opportunités commerciales. Par ailleurs, le fait d'appartenir à un réseau montre le niveau de maturité d'un entrepreneur et lui permet de dépasser ses propres craintes en rompant l'isolement. Au moment où des idées négatives surviennent, le fait d'en parler en réseau peut aider à apaiser des doutes, être moins stressé et rebondir en conséquence.

5 - Ne pas hésiter à se faire accompagner

Il n'est pas inconcevable de créer sa boîte sans se faire accompagner, et cela, plus d'un entrepreneur vous le dira. Néanmoins, un regard bienveillant peut être le bienvenu pour avancer efficacement. *“Certains chefs d'entreprise qui n'ont pas été accompagnés dès le début se*

retrouvent parfois bloqués, ce qui rend le démarrage de leur activité difficile. Un accompagnement va souvent leur permettre de revoir les fondamentaux afin de repartir sur de meilleures bases.” explique Laurent Mabire.

En outre, certains entrepreneurs considèrent déjà avoir les compétences requises à la création d'une entreprise. Souvent, ce sont d'anciens cadres qui estiment que leur expérience dans de grands groupes suffit. Bien qu'ils bénéficient de réelles connaissances, ils oublient trop souvent le fait que, dans une grande structure, c'est la complémentarité des rôles qui permet à l'entreprise d'avancer. Or quand on veut lancer son projet, on ne peut plus compter sur un entourage aussi établi. Par ailleurs, certains créateurs sont des techniciens ou ingénieurs, très pointus dans leur métier, mais qui n'ont pas de compétences en termes de pilotage d'entreprise. Se faire accompagner leur permettra de prendre de la hauteur et de devenir de véritables entrepreneurs.

Cameron McQuale, fondateur de Local Bear - bistrot qui associe bières locales et restauration franco-américaine - témoigne justement de l'importance que l'accompagnement a eu pour son projet. *“Comme je suis très déterminé, je pense que mon projet se serait concrétisé dans tous les cas. En revanche, cela aurait pris plus de temps et se serait passé dans d'autres conditions. Par exemple, je n'aurais sans doute pas eu accès au local que j'ai aujourd'hui à Colombes. A l'époque, je n'avais aucune expérience de chef d'entreprise. La CCI Hauts-de-Seine m'a donc épaulé dans la constitution d'un dossier solide pour l'obtention de ce local. Elle m'a également aidé à bâtir mon business plan et mon bilan prévisionnel, étapes compliquées quand on démarre. Grâce à l'appui et au réseau de la CCI, j'ai par ailleurs pu obtenir un prêt à 1 % de 172 000 € sur 7 ans. Si j'avais été seul, j'aurais difficilement pu accéder à une offre aussi avantageuse.”*

Surtout, il faut éviter d'attendre que l'entreprise soit en difficulté pour

aller chercher un accompagnement. *“Certains viennent voir la CCI trop tard, car l’entreprise est déjà dans une situation critique. Alors que plus on est accompagné tôt, plus on est vigilant sur les risques.”* conclut Laurent Mabire.

Envie d’en savoir plus sur les étapes de création d’entreprise ? Retrouvez la CCI Paris Ile-de-France et tous les acteurs de la création et du développement des entreprises au Salon des entrepreneurs, les 6 et 7 février 2019.

Maddyness, partenaire média de la CCI Paris Ile-de-France.

Article écrit par Maddyness, avec la CCI Paris Ile-de-France