

Pourquoi ? Qui ? Comment ? Les 3 questions fondamentales du startupper qui veut tenir sur la durée

Les startups occupent toujours le devant de la scène. Le salon Vivatech qui a eu lieu mi-mai à Paris a une nouvelle fois illustré l'engouement et l'enthousiasme autour de la création de ces PME. Pourtant trop peu de ces projets donnent naissance à des licornes et les chiffres de 1 à 3 startups qui réussissent pour 10 qui échouent restent de mise. Alors, que faire pour que ces ratios changent ?

Temps de lecture : minute

27 mai 2019

Soyons lucides : le risque d'échouer est contigu à la création d'entreprise. Tout entrepreneur qui a réussi a connu des difficultés à un moment ou un autre, sous une forme ou une autre, pour des raisons aussi diverses que les projets eux-mêmes. J'en ai moi-même fait l'expérience. C'est pourquoi je peux affirmer aujourd'hui que se lancer dans un projet de startup en niant cet état de fait est un premier mauvais départ. Et c'est justement parce qu'on sait que ce risque existe que l'on crée davantage de conditions de succès.

Mais une fois cela dit, que faire ? Des projets que j'ai menés et des entrepreneurs auprès desquels je joue le rôle de copilote, je retiens 3 questions à travailler en amont - et tout au long de la vie de la startup.

Créer une startup : oui, mais pourquoi ?

Je vois beaucoup trop de personnes encore se lancer dans la création de startup sans se poser la question du pourquoi. Or c'est une question fondamentale : veut-on créer une entreprise pour satisfaire une idée ? Être reconnu socialement ? Changer de vie ou en être maître ? Se prouver quelque chose ? gagner beaucoup d'argent ? Une chose est sûre : si l'objectif n'inclut pas la notion de créer de la " richesse ", il y a fort à parier que la start-up ne décollera pas.

C'est une erreur d'appréciation que font encore certains startupper : ils ont une idée d'offre géniale ou révolutionnaire dont ils sont super fiers : c'est leur bébé ! Mais ils oublient que créer et développer une entreprise, cela veut dire " vendre ", et pour cela être drivé par le besoin et la satisfaction de ceux qui deviendront clients.

Cela leur demande de travailler 2 aspects. Tout d'abord, il faudra valider leur marché et leur cible de clients. Bien identifier ses 1ers clients est déterminant car ce sont avec eux que la startup va se lancer. Il faudra ensuite s'assurer que d'autres seront prêts à acheter l'offre proposée au prix fixé et tenir compte des évolutions de leurs attentes. Pour affiner cette stratégie commerciale, consulter des avis contradictoires et discuter ouvertement de tous les détails de l'achat, amène à se poser un maximum de questions et à définir le bon business model. Être pragmatique et concret est essentiel - or trop encore ne le sont pas et restent sur la mise en œuvre de " tips " théoriques.

Second aspect : ils devront travailler l'organisation opérationnelle de leur startup. Et si il s'avère que la cause initiale qui a motivé le créateur peut être un frein à sa croissance, il devra accepter de confier à un autre le développement de la start-up qu'il a créée. C'est ce qu'a osé faire James Dyson par exemple qui a repris des fonctions de Directeur R&D pour rester en phase avec ses aspirations et ses compétences tout en laissant

sa société devenir un leader sur son marché. Cela est vrai au début de l'aventure mais aussi au fil de son développement car des évolutions demandent des ajustements réguliers de l'organisation.

En pratique, cela nécessite aussi de bien connaître ses compétences et ses limites ... ce qui me permet d'introduire la seconde question.

Qui ? Connais-toi toi-même – et connais ton entourage

Pour devenir entrepreneur, il faut bien se connaître. Cela veut dire faire un point objectif et complet sur ce que l'on sait faire ainsi que sur sa situation personnelle pour vérifier qu'elle est bien " startup compatible " (cf. absence de salaire pendant plusieurs mois, dettes contractées avec caution personnelle, engagement du patrimoine personnel, etc.). Le mental ne suffit pas, il est indispensable que l'entourage adhère au projet car tous seront impactés par cette aventure, à la fois en temps et en finance.

Cela veut dire aussi rester ouvert d'esprit afin de saisir des opportunités à bon escient. Car si un entrepreneur doit certes faire preuve de ténacité, pugnacité, constance, etc., il doit aussi savoir écouter pour s'assurer que les objectifs qu'il poursuit à titre personnel restent en phase avec les enjeux de développement de l'entreprise. Il pourra alors s'entourer des collaborateurs ou associés apportant les compétences complémentaires. S'entourer également de pairs peut à ce titre être un vrai plus, pour la confrontation de points de vue de personnes ayant la même posture par rapport à l'entreprise. Car le chemin à suivre est rarement celui initialement prévu ; l'important c'est de détecter ce besoin, au bon moment et de s'y adapter.

Comment ? Toujours vendre, aimer le travail d'équipe et se garder des marges de manœuvre

La " vente " et la communication sont deux des principaux leviers de la réussite des startup.

- La " vente " parce que, au-delà du " commerce " de son offre, un startupper vend en permanence son projet et le potentiel de son projet : non seulement auprès de ses clients et prospects, mais aussi de ses collaborateurs, de ses partenaires, de ses financiers, de ses proches, etc. Cette posture est particulièrement critique dans les moments difficiles, car c'est elle qui va lui permettre de continuer à convaincre du potentiel de l'entreprise pour les dépasser. Le fondateur doit savoir convaincre lui-même, et s'il n'est pas le meilleur vendeur de la startup, alors il peut s'appuyer sur d'autres collaborateurs ayant cette compétence.
- La communication parce qu'une startup est d'abord une aventure humaine qui ne peut exister que grâce aux échanges avec les autres : ses collaborateurs mais aussi tout l'environnement (clients, investisseurs, administrations etc.). Il faut aimer travailler en équipe, entraîner les autres, les fédérer et les motiver pour qu'une énergie commune se dégage. Et c'est cela qui permettra de donner vie à son projet et surtout de le faire grandir.

Enfin, il est important de se laisser des marges de manœuvre, à la fois en termes financier et de calendrier. Quel que soit son profil - de l'étudiant au père de famille - être modérément optimiste sur son projet, prévoir que les choses prennent plus de temps que prévu et avoir la capacité d'encaisser les retards est clé dans la réussite. Cela permet notamment d'attendre certaines décisions.

Alors, et vous ? Vous êtes-vous posé ces questions avant de vous lancer ?

Philippe Gouspillou est serial-entrepreneur & Operating Partner chez I&S Adviser

Article écrit par Philippe Gouspillou