

Entrepreneur·e·s, reconsidérez vos ambitions !

David Heinemeier Hansson est un entrepreneur danois, installé aux États-Unis, qui a monté plusieurs startups dont Basecamp. Dans cette tribune, il invite les entrepreneurs à reconsidérer leurs ambitions, à ne pas entreprendre seulement pour devenir la prochaine licorne mais plutôt pour être heureux.

Temps de lecture : minute

9 juillet 2019

Il y a environ 12 ans, j'ai co-fondé une startup appelée Basecamp : un outil de collaboration de projet simple permettant aux utilisateurs de progresser ensemble, vendu sur un abonnement mensuel.

Cela a contribué à améliorer quelque peu la vie professionnelle de certaines personnes. L'outil est un peu plus agréable que d'essayer de gérer un projet par courrier électronique ou en enchaînant plusieurs systèmes de discussion, de partage de fichiers et de tâches distincts. En cours de route, nous avons créé une entreprise confortable pour moi et mon partenaire et un lieu de travail idéal pour nos employés.

C'est tout.

Cela n'a rien perturbé. Nous ne sommes pas devenus une nouvelle licorne. Pire encore: après toutes ces années, moins de cinquante personnes travaillent à Basecamp. Nous n'avons même pas de bureau satellite à San Francisco !

Je sais ce que vous en pensez, non? BOOOORING. Pourquoi est-ce que j'écoute même ce gars? N'est-ce pas censé être un article sur les grands

gagnants ? Comme ceux qui ont levé des centaines de millions auprès de VCs ou qui, au moins, aspirent à le faire ? Qui aujourd'hui gâcherait dix ans de sa vie pour monter une boîte qui n'a même pas l'ambition de dévorer tout sur son passage ? Si je vous parle aujourd'hui, c'est pour vous rappeler que peut-être l'atmosphère actuelle de "disrupt-o-manie" n'est pas le seul air qu'une startup peut respirer. Penser cela est toxique.

Une partie du problème semble être que personne ne se contente aujourd'hui de laisser sa trace dans l'univers. Non, ils doivent posséder l'univers. Il ne suffit pas d'être sur le marché, ils doivent dominer. Il ne suffit pas de servir les clients, ils doivent les capturer.

Dans cette atmosphère, le terme " startup " décrit la poursuite de la domination totale des entreprises. C'est devenu une obsession pour les licornes. Toute une génération de personnes travaillant avec et pour internet sont fascinées par la perspective de se transformer en une créature mythique.

Mais qui peut leur en vouloir? Cet ensemble d'idéaux de conte de fées est renforcé continuellement.

Commençons par le bas: les gens qui font beaucoup de petites mises sur de nombreuses licornes potentielles se sont baptisées des Business Angels. Anges ? Vraiment ? Vous avez tiré votre surnom égoïste des paraboles d'une religion qui a précisément et explicitement énoncé son rejet de la richesse. Ok !

*" Il est plus facile pour un chameau de passer à travers l'œil d'une aiguille que pour un homme riche d'entrer dans le royaume de Dieu " -
Matthieu 19: 23-26*

Les anges sont simplement le niveau d'entrée dans la sainte trinité du financement de startup. Continuez sur le chemin éclairé et vous obtiendrez rapidement un auditoire composé de spécialistes du capital-risque avisés. Enfin, si vous êtes suffisamment solide, vous devrez passer des auditions devant les banquiers spécialisés dans l'investissement, qui jugeront votre capacité à avoir l'air brillant juste assez longtemps jusqu'à ce que la période de verrouillage de vente des actions soit terminée.

Et devinez ce que ces gens appellent cette affirmation finale : UN ÉVÉNEMENT DE LIQUIDITÉ. Le baptême requis pour entrer dans le ciel financier. Subtile, n'est-ce pas ? Oh, et puis, une fois que vous avez réussi, vous obtenez de renaître sous la forme d'un ange et le cercle de divinité est complet.

Vous pourriez penser, mec, qu'est-ce que j'en ai à faire ? JE SUIS SPÉCIAL. Je vais battre l'usine de saucisses de licorne et sortir avec ma corne spéciale. Et qui se fiche du vocabulaire évangélique des financiers? Tant qu'ils me montreront l'argent, je les appellerai Big Dollar Daddy s'ils le souhaitent.

Donc, vous prenez d'abord beaucoup d'argent de business angels désespérés qui ne veulent surtout pas manquer la prochaine grosse licorne. Ensuite, vous prenez une somme obscène d'argent de la part des fonds d'investissement pour gonfler votre croissance, afin de convaincre les banquiers que vous méritez peut-être de vous imposer sur les marchés publics.

Et à chaque étape de cette procédure, vous accumulerez plus de patrons. De plus en plus de "guides", ces personnes qui vous expliquent comment jouer avec les chiffres assez longtemps pour que ce soit le problème de quelqu'un d'autre de garder le château gonflable. Mais bien sûr, il ne s'agit pas que de conseils une fois que vous prenez l'argent. C'est une dette due, avec toute la réciprocité lancinante qui va avec.

Maintenant, si vous voulez vraiment devenir le prochain Uber de cinquante milliards de dollars dans cinq ans, je suppose que ce jeu a un sens en raison de sa propre logique tordue. Mais il est plus que précieux de consacrer quelques instants de votre temps pour déterminer si c'est vraiment ce que vous voulez.

N'acceptez pas cette définition du " succès ", car c'est ce que tout le monde encourage. Oui, le refrain est puissant et séduisant, mais vous n'avez pas besoin d'enlever beaucoup de laque pour voir que le bois dessous n'est peut-être pas aussi beau que vous l'imaginiez.

Faisons un pas en arrière et examinons à quel point cette notion de succès est étroite.

D'abord, réfléchissez à la question: pourquoi êtes-vous ici ?

" Achetez votre billet pour rejoindre les plus grandes entreprises du monde et les startups les plus excitantes. Les hauts dirigeants des plus grandes entreprises mondiales se joindront à nous pour découvrir ce que l'avenir leur réserve et rencontrer les startups en pleine mutation. " - Invitation au Web Summit.

C'est une des raisons : vous pensez que vous aimeriez être mentionné dans ce titre : " *Les plus grandes entreprises du monde et les startups les plus excitantes* ". En d'autres termes, vous aussi, vous voudriez vraiment essayer cette corne de licorne pour en prendre une taille plus grande.

Eh bien, pour répondre ensuite à la question " Pourquoi êtes-vous ici ? ",

vous pourriez aussi bien le rendre littéral. Pourquoi es-tu ici ? Dublin, Irlande, l'Union européenne? Ne savez-vous pas que le moyen le plus rapide et probablement le seul moyen de rejoindre l'uniclub est de louer un matelas dans la partie instable de San Francisco, où le loyer n'est que de 4000 dollars par mois?

La vraie question est : pourquoi vous lancez une startup ? En fait, je ne crois pas que la plupart des gens soient uniquement motivés par la dernière licorne. Éblouis probablement mais pas motivés. Je vous invite à approfondir et à explorer ces motivations. Comme inspiration, voici quelques unes des miennes lorsque je me suis impliqué avec Basecamp :

- Je voulais travailler pour moi-même. Marcher à mon propre rythme. Tracer mon propre chemin. Tous les clichés d'indépendance qui paraissent si pittoresques. L'indépendance ne manque pas jusqu'à ce qu'elle soit partie. Une fois que le train a pris la bonne direction, il n'y a pas d'arrêt, pas de descente, tant que vous n'avez pas heurté le flanc de la montagne ou que vous atteigniez la station entrée en Bourse pour vous baigner dans un lac de cash.
- Je voulais fabriquer un produit et le vendre directement à des personnes soucieuses de sa qualité. Une connexion incroyable est possible lorsque vous alignez vos motivations financières et le service apporté à vos utilisateurs. Cela ressemble à un travail honnête. Un travail simple et honnête. Je fabrique un bon produit, vous me payez bien. Nous n'avons même pas besoin de grands mots comme stratégie de monétisation pour décrire cette transaction car elle est si simple que même mon fils de trois ans peut la comprendre.
- Je voulais prendre racine. Tisser des liens à long terme avec les collègues, les clients et le produit. Impossible de piloter et de guider avec un " tic-tac" de VC qui ne peut être désamorcé que par un retour sur investissement multiple 10. Les relations de travail les plus satisfaisantes que j'ai eues au cours de mes deux décennies de travail dans le secteur de l'internet ont été celles qui ont duré le plus

longtemps. Nous avons des clients de Basecamp qui nous paient depuis plus de 11 ans ! J'ai travaillé avec Jason Fried pendant 14 ans et un groupe croissant d'employés de Basecamp pendant près d'une décennie.

- Je voulais obtenir les meilleures chances possibles pour atteindre le point critique de la stabilité financière. Dans l'abstrait, au sens économique, une chance de gagner 3 millions de dollars sur 30% équivaut à 3% de chances de gagner 30 millions de dollars, mais aussi 0,3% de gagner 300 millions de dollars. Les stratégies employées pour atteindre les 30% pour 3 millions de dollars vont souvent à l'encontre des stratégies nécessaires pour obtenir 0,3% de gains de 300 millions de dollars. Viser les étoiles et atterrir sur la Lune n'est pas ce que l'on souhaite.
- Je voulais une vie au-delà du travail. Loisirs, famille et stimulation intellectuelle au-delà du bureau, de " à quoi ressemblera le prochain framework JavaScript " et "comment optimiser notre entonnoir d'inscription".
- Je voulais faire face aux contraintes d'une semaine de travail d'environ 40 heures et me sentir à l'aise une fois qu'elle serait terminée.

Pour moi, ces motivations impliquaient de rejeter la définition du succès proposée par le modèle économique des licornes de San Francisco. Pour nous, chez Basecamp, cela signifiait de créer Basecamp en tant qu'activité parallèle. Attendre patiemment plus d'un an avant de pouvoir payer nos modestes salaires avant de nous engager à plein temps dans l'entreprise. Cela signifiait augmenter lentement notre clientèle plutôt que d'essayer de l'acheter, afin d'avoir quelqu'un à qui vendre notre produit.

Selon la mythologie dominante des startups, cela signifiait que nous n'étions probablement même pas vraiment une startup ! Il n'y avait aucun projet de domination mondiale, de capture complète du marché et des clients. Certes, il n'y avait aucune des étapes traditionnelles à

célébrer. Aucun tour de financement. Pas de plan d'introduction en Bourse. Aucune acquisition.

Notre définition du gain n'incluait même pas l'établissement de cette sainteté de monopole naturel ! Nous n'avons pas gagné en éliminant la concurrence. En sabotant leurs roadshow, en débauchant leurs employés ou en dépensant le plus d'argent en un rien de temps... Nous nous disions que nous pourrions réussir et que d'autres aussi pourraient réussir.

Tout cela peut sembler doux, comme si nous manquions d'ambition. J'aime dire que c'est modeste. Réaliste. Réalisable.

J'ai parlé à un grand nombre d'entrepreneurs qui ont réussi selon les critères traditionnels de réussite du guide standard des startups. Et plus nous discutons, plus nous réalisons tous que les pièges d'un succès éclatant n'étaient pas aussi hauts dans la pyramide des priorités de Maslow que ces autres jauges de motivation plus éphémères, plus difficiles à quantifier.

Je suppose qu'une façon de formuler ce que j'essaie de dire est la suivante : il existe un vaste complot dans le monde des startups ! Oui, sortez vos chapeaux de papier d'aluminium parce que le Kansas est sur le point de faire ses adieux. Les gens agissent dans leur propre intérêt ! Surtout ceux dont la contribution principale est le capital qu'ils ont investi. Ils rationaliseront cette quête comme étant " le bien de la communauté " sans un soupçon d'ironie ou d'introspection. Et, de temps en temps, cet intérêt personnel se manifeste de manière étonnamment révélatrice. Comme lorsque vous entendez des business angels se vanter que personne ne puisse savoir quelle entreprise va devenir la prochaine licorne. Ainsi, le jeu rationnel consiste à jouer autant que vous le pouvez. Je trouve que c'est une illustration stupéfiante de leurs propres limites dans ce processus.

Il ne faut pas les écouter ! Ils ont convaincu le monde que San Francisco est son principal espoir de progrès et que même si vous devez l'imiter autant que vous le pouvez, cette émulation sera superficielle. Mieux vaut envoyer vos citoyens les plus motivés ou les plus riches sur nos côtes afin que nous puissions leur donner une vraie chance de décrocher gloire et domination mondiale.

Ils ont formé les médias comme des chiots obéissants à célébrer leur processus et à adorer leur vocabulaire. Mais, au final, ce sont des prêteurs d'argent. La cupidité est un puissant facteur de motivation en soi mais elle s'accélère lorsque vous servez celle des autres. Confidentialité à vendre ? Aucun problème ! Traiter les sous-traitants comme une classe de citoyens secondaires répugnants envers lesquels l'entreprise n'a pas besoin d'allégeance ? PAS DE SOUCI. " Disrupt-o-mania " correspond parfaitement aux objectifs de cette cabale. C'est un permis de tuer. Courez vite et brisez les codes.

La distorsion est exacerbée par le fait que les personnes qui construisent des entreprises rentables en-dehors de la sphère du capital-risque n'ont guère besoin de raconter leur histoire de manière systématique. Les VCs, par contre, ont besoin d'une campagne continue de relations publiques pour atteindre leurs objectifs de recrutement. Ils ne peuvent pas se contenter d'une seule victoire.

La présentation des licornes est aussi réelle que le visage d'un mannequin sur une couverture de magazine : retouches à tous les niveaux, très soigneusement arrangées, travaillées pendant des heures. Examinez et interrogez vos motivations, rejetez l'argent si vous osez et démarrez quelque chose d'utile.

[Retrouvez le post original \(en anglais\) sur Medium](#)

Article écrit par David Heinemeier Hansson