

6 conseils pour anticiper financièrement sa croissance

Vous êtes entrepreneur·e ? Maddyness vous a concocté un véritable kit des différentes étapes à suivre pour créer, faire grandir et même vendre votre startup. Du recrutement à la protection de votre marque en passant par le financement de votre innovation, vous retrouverez astuces et bonnes pratiques pour vous sortir de ce labyrinthe qu'est l'entrepreneuriat. Dans cette fiche : quelques conseils pour appréhender financièrement les étapes clés de la croissance de votre startup.

Temps de lecture : minute

26 octobre 2020

Republication d'un article du 13 janvier 2020

Ce qu'il faut retenir :

1. Ne partez pas trop vite. Attendez d'avoir développé un produit ou un service solide (mais améliorable). Accordez du temps à l'analyse de votre plus-value, votre marché et vos clients cibles.
2. Faites un état des lieux de votre trésorerie en vous focalisant sur la gestion des stocks, le paiement de vos fournisseurs et de vos clients. Si vous n'avez pas les moyens de vos ambitions, attendez.
3. Besoin d'argent ? Réfléchissez aux différentes solutions qui s'offrent à vous : crowdequity, love money, levée de fonds.
4. Faites un plan sur les objectifs que vous vous fixez et déterminez vos KPIs.
5. Prenez du temps pour faire un bon recrutement.
6. Ne négligez pas votre communication.

Ne vous lancez pas trop vite dans la course

Assurez-vous en premier lieu d'avoir bien consolidé votre produit et votre cible. Il n'y a rien de pire qu'une offre défectueuse ou présentant des performances moindres que celles annoncées pour votre réputation, surtout si vous vous lancez à l'étranger. Vous devrez ensuite continuer à améliorer et enrichir vos services.

Au-delà de l'acquisition de nouveaux clients, la solidité de votre proposition de valeur sera également un critère primordial pour convaincre des investisseurs ou votre banquier de vous prêter les fonds nécessaires si vous en manquez.

Ce qui vous obligera à travailler sur votre cible et vos canaux d'acquisition. Une analyse précise de ces deux points vous permettra également d'établir votre plan de développement : canaux à renforcer, canaux à développer / tester, nouveaux produits à imaginer pour un autre public...Pensez alors à allouer un petit budget à chaque solution pour la tester et pouvoir ensuite développer, à grande échelle, la plus rentable.

Pour réaliser ce travail, une véritable enquête doit être menée. Interrogez vos clients en les sollicitant par mails ou en magasin, c'est le meilleur moyen de comprendre ce qu'ils attendent de vous et ce qu'ils aimeraient acheter demain. Vous pouvez également faire appel à des organismes spécialisés dans ce genre d'étude.

Intéressez-vous également à la stratégie et la proposition de vos concurrents.

Gardez toujours un oeil sur vos comptes

Un sou est un sou et c'est d'autant plus vrai en pleine croissance. Certes, vous allez devoir dépenser de l'argent pour du matériel ou le recrutement de nouveaux collaborateurs mais cela ne veut pas dire qu'il faut dépenser sans compter, bien au contraire.

Avant toute chose, il convient d'analyser l'état de votre trésorerie qui comprend la gestion des stocks, vos dettes, l'analyse des délais de paiement de vos clients et de vos fournisseurs. Ce sera peut-être le moment de renégocier certains contrats, de faire jouer la concurrence, de revoir vos process en demandant des arrhes ou même de réduire vos stocks (mais pas trop).

Vous devez vous assurer d'avoir la somme nécessaire pour pouvoir financer tous les besoins que vous rencontrerez et d'éventuels pivots.

Planifiez vos objectifs et déterminez des KPIs

Vous devez établir un plan prévisionnel de vos dépenses et de vos recettes. Prévoyez large pour palier à d'éventuelles erreurs ou des situations inédites. Un spot publicitaire peut coûter plus cher que prévu et un problème juridique peut s'étaler dans le temps.

Avant d'imaginer une croissance de folie, partez de ce que vous possédez.

À ce stade ci, vous devrez imaginer deux scénarios. La première version sera optimiste. Sans tomber dans le monde des Bisounours, partez du principe que vos taux de conversion seront bons et que vous tiendrez les objectifs de croissance que vous souhaitez sans rencontrer de difficultés

majeures.

Dans un second temps, imaginez un scénario plus pessimiste où vous devrez, par exemple, réaliser un pivot ou modifier votre stratégie.

L'exercice est difficile mais vous permettra d'établir un budget large pour palier à des difficultés.

Restez réalistes et prenez exemple sur vos concurrents. Regardez leur stratégie et surtout leur croissance, leur évolution. C'est une bonne manière de vouloir faire mieux tout en gardant les pieds sur terre.

Prévoyez des KPIs pour surveiller et suivre, au moins mensuellement, la réalisation ou non de votre plan. Plus vous serez réactifs, plus vous éviterez les pertes d'argent.

Besoin de financement ? Explorez les différentes solutions

Les concours peuvent permettre d'augmenter (un peu) sa trésorerie. La majorité des gains se comptant en milliers ou dizaine de milliers d'euros, ne vous attendez pas à recevoir une enveloppe d'un milliard une fois lauréat. Mais ils peuvent être l'occasion de présenter votre produit à de futurs clients, de rencontrer des mentors ou de bénéficier d'avantages comme une incubation, un accompagnement, un espace de coworking...

Les subventions, le FEDER (fonds européen de développement régional) et les régions peuvent parfois subventionner certains projets qui s'ancrent dans leur stratégie d'attractivité territoriale.

BPI France peut aussi octroyer des garanties de financement et des crédits.

Le statut Jeune Entreprise Innovante bénéficie aux entreprises de moins de 8 ans qui consacrent au moins 15% de leur budget à la recherche. L'aide liée à ce statut prend la forme d'avantages fiscaux et sociaux pour le personnel effectuant les recherches. Elle est limitée dans le temps et ne s'inscrit que dans les premières années de croissance de la startup.

Le crédit impôt recherche correspond à une déduction d'impôt sur le revenu ou sur les sociétés. Les entreprises peuvent faire financer 30% des dépenses engagées (maximum 100 000 euros) pour la recherche et le développement de leurs produits.

Le crédit impôt innovation suit le même principe que le CIR. Les frais engagés doivent concerner le prototypage, le design ou l'installation de pilote pour tester ses produits en condition réelle. Le crédit correspond à 20% du budget global alloué à l'innovation.

Prenez le temps de recruter et (re)structurer votre entreprise

Augmenter sa production, développer ses services ou ouvrir un nouveau bureau nécessitera forcément, à un moment ou à un autre, de recruter de nouvelles personnes. Assurez-vous en amont que vous possédez une base solide en interne, une organisation bien rodée ainsi qu'une culture d'entreprise établie.

Avant de vous lancer concrètement dans un recrutement, deux choses sont à envisager : la montée en compétences interne et l'externalisation. Dans un souci de réduction des coûts, certains postes qui ne sont pas essentiels au quotidien pourront être confiés à des freelances par exemple.

De même, le recrutement interne, souvent négligé, peut s'avérer une

solution idéale car les personnes connaissent déjà l'entreprise et votre stratégie. Pensez alors à les former.

Envisagez également d'automatiser les tâches qui peuvent l'être pour vous concentrer sur les compétences indispensables et réalisables uniquement par des hommes. Dans un premier temps, essayez de trouver des personnes aux multiples compétences.

Selon Securex, entreprise spécialisée dans la gestion de paie et les RH, le coût minimum d'un mauvais recrutement coûterait au minimum 32 500 euros. Au-delà de ce coût financier, c'est aussi l'ambiance, la rentabilité et la croissance qui peuvent être impactées par cette erreur de casting.

Cette croissance des effectifs s'accompagnera, à court ou moyen d'une terme, d'une nécessaire réorganisation de votre entreprise. Prenez le temps de travailler sur les process, pourquoi pas en faisant appel à un consultant externe si besoin. Si la taille de votre entreprise devient très importante, l'ouverture de certains postes deviendra également nécessaire : direction comptable, direction RH ou encore un contrôleur de gestion.

N'oubliez pas non plus les coûts de location de vos nouveaux bureaux ou de vos nouveaux outils de production et leur manutention.

Faites parler de vous !

Rares sont les entreprises qui réussissent à gagner des clients uniquement grâce au bouche à oreille. Si vous voulez grandir, acquérir de nouveaux marchés et vous faire connaître davantage, une bonne campagne de communication doit être envisagée.

Le développement d'un nouveau site web, d'une version "internationale" ou d'un blog peut aussi être envisagé. Le marketing de contenu permet d'accroître votre notoriété et d'asseoir votre expertise sur la toile. Par ailleurs, vos articles pourront être facilement partagés et diffusés dans le temps. Il s'agit donc d'un investissement efficace à moyen terme.

Là encore, vous pouvez débiter avec un CM et faire grandir l'équipe en fonction de vos besoins. Ce pôle se chargera aussi d'effectuer une veille de votre e-reputation, un point essentiel pour prendre le pouls de votre communauté et éviter les bad buzz. Plus vous êtes connus, plus vous êtes suivis, plus vous serez scrutés.

Article écrit par Anne Taffin