

Les DAF face à la crise, l'expérience d'Easyblue

Pour comprendre comment réagir face au tsunami économique engendré par le Covid-19, des directeurs administratifs ont accepté de nous dévoiler leur stratégie. Cette semaine, c'est, François-Xavier Combe, CEO et fondateur d'Easyblue qui a répondu à nos questions.

Temps de lecture : minute

11 mai 2020

Quand avez-vous pris conscience de l'ampleur de la crise ? Quelles ont été vos premières actions en tant que DAF ?

Dès que le confinement général a été décrété, nous nous sommes rendu compte que nous étions face à une véritable crise sanitaire et que l'impact sur la vie économique du pays allait être considérable.

Notre premier réflexe en tant qu'entreprise a été de veiller à ce que nos équipes aillent bien. Ensuite, nous avons regardé notre prévisionnel pour essayer d'estimer notre capacité à encaisser un ralentissement de notre croissance. Nous avons aussi contacté notre expert-comptable pour savoir quelles mesures étatiques nous pouvions demander.

Comment avez-vous communiqué avec vos clients ?

Nous avons cherché, avec l'équipe, à bien nous organiser pour garantir

une qualité de service équivalente à celle que nous offrons habituellement à nos clients. Bien évidemment, la santé primait avant tout.

Puis nous nous sommes demandés comment aider nos clients et les entrepreneurs. Dès le début du confinement plusieurs articles ont évoqué l'explosion des cyber-attaques suite au télétravail. Ça a fait tilt ! Nous ne pouvions pas fabriquer de masques mais nous pouvions proposer une assurance cyber risques pour les entrepreneurs. Nos équipes se sont immédiatement mises sur le pont ! Grâce à une superbe mobilisation interne, et ce, malgré le contexte, nous avons sorti l'offre online en moins de 15 jours. Nous avons immédiatement choisi de rendre ce service gratuit pour que les entrepreneurs puissent être protégés au mieux et au plus vite.

Quels rôles ont joué vos investisseurs ?

Nos investisseurs sont là pour nous soutenir et nous aider à garder le cap de croissance que nous nous sommes fixé. Et à ce titre, ce sont des partenaires précieux. Bien entendu, la situation est inédite même pour les entrepreneurs chevronnés qui nous soutiennent, mais nos échanges nous ont rapidement permis de prendre les décisions de bon sens qui s'imposaient. Au regard des incertitudes sur l'évolution de la situation, il était important de préserver notre trésorerie tout en poursuivant le développement de nos produits. Il faut bien considérer que nous sommes dans une phase d'approfondissement de notre modèle et que les entrepreneurs auront besoin de services d'assurance ajustés à leurs besoins dans les mois et années qui viennent.

Les mesures du gouvernement étaient-elles

suffisantes ?

Pour une jeune entreprise comme la nôtre, avoir le soutien de l'État en période de crise est non négligeable. Les annonces du gouvernement sont intéressantes, maintenant il faut voir comment elles seront adoptées par les banquiers.

Au-delà de notre cas personnel, nous pensons à nos clients, les TPE/PME, indépendants, entrepreneurs. Si les aides de l'État leur offrent une respiration, c'est une bonne chose. Mais à moyen terme, la question de la trésorerie continuera à se poser pour ces petites structures, avec plus de sévérité encore qu'en temps normal. Alors, il faudra peut-être penser à des mesures d'accompagnement à plus long terme, et éventuellement à des dispositifs qui leur permettront d'être payées en temps et en heure par leurs clients.

Maintenant que l'heure est au déconfinement, comment adaptez-vous votre feuille de route de début d'année ?

Ce confinement a été un gros trou d'air et nous espérons que le redémarrage va se faire vite ! D'un point de vue managérial, nous avons constaté que le télétravail fonctionnait très bien et nous sommes donc prêts à nous déconfiner tout en permettant à nos équipes d'évoluer dans l'environnement sanitaire le plus sain possible, quitte à ne pas revenir tous, tout de suite, au bureau.

D'un point de vue business, nous venons de lever des fonds pour poursuivre le développement de nos produits. Nous allons tout faire pour y parvenir. Ces fonds devaient nous permettre de recruter : sur ce plan, nous allons devoir chiffrer les pertes, évaluer le retard pris en termes de croissance pour réajuster notre calendrier d'embauche. Mais il est certain

que pour s'en sortir au mieux, il ne faut pas revoir ses ambitions de *staffing* à la baisse : étoffer les équipes permet d'aller chercher de la croissance, ne l'oublions pas !

Quelle stratégie adoptez-vous avec vos clients ?

Nous avons accéléré sur notre mission éducative, à savoir, mieux aider les entrepreneurs à comprendre les risques et les assurances. Nous avons lancé notre chaîne Youtube qui regroupe des vidéos courtes en mode "je t'explique tout" pour rendre la compréhension des assurances pro plus abordable. Nous avons également développé notre assurance cybercriminalité pour offrir une protection supplémentaire et adaptée à la généralisation du télétravail. Nous avons également maintenu les capacités de notre service client. À titre personnel, j'ai aussi réalisé des webinars avec Malt Academy.

Envisagez-vous une reprise partielle ou totale de votre activité ?

Nous sommes tous sur le pont et le serons encore plus après ! Les entreprises auront toujours besoin d'assurance et il ne faut pas que leur besoin de réaliser des économies se fasse au détriment de leur protection. C'est d'ailleurs notre raison d'être : proposer une assurance adaptée à la taille et aux besoins des entreprises. Nous espérons que la sortie de crise sera pour nous l'occasion de porter ce discours, qui comprend au fond, une dimension d'intérêt général.

Quels seront vos trois grands points

d'attention de sortie de crise ?

Le monde va changer. Nous devons aller encore plus vite pour offrir un coach des assurances pro 100 % digital aux entrepreneurs. Il devrait être disponible dès le début du mois de juillet. Nous devons être attentifs afin d'adapter nos offres aux budgets des entrepreneurs et des créateurs. Nous comptons également renforcer nos partenariats et être acteur de l'entraide qui se tisse entre les entrepreneurs. Car, il faut le dire, nous faisons partie d'un tissu économique complexe, et il est de la responsabilité de chacun d'éviter qu'il ne se déchire, sinon nous en paierons tous les conséquences.

[Vous pouvez découvrir Easyblue ici.](#)

Article écrit par Anne Taffin