

Bâtir une entreprise résistante en temps de crise

Dans le monde entier, les gens réfléchissent à ce que l'on peut tirer de cette crise pour construire un avenir meilleur et pour bâtir une entreprise plus résistante, on fait comment ?

Temps de lecture : minute

26 mai 2020

La pandémie du coronavirus a mis le monde sens dessus dessous. Certains et certaines ont à peine le temps de souffler, tandis que d'autres ont été forcés de rester chez eux, de lever le pied et d'adapter complètement leur mode de vie à cette nouvelle situation dont on ne voit pas vraiment le bout.

Pour celles et ceux d'entre nous qui restent à la maison, ces circonstances exceptionnelles sont le moment de revoir notre façon de faire des affaires. Dans le monde entier, les gens réfléchissent à ce que l'on peut tirer de cette crise pour construire un avenir meilleur. Car le fait est qu'il y aura d'autres crises et que nous continuerons d'en tirer des leçons importantes. Dans le but de bâtir une entreprise plus résistante, voici les premiers points qui me viennent à l'esprit :

Créez et fournissez quelque chose dont les gens ont véritablement besoin

Ecosia propose un service dont tout le monde a besoin. Même si, comme moi, vous habitez dans une ferme à la campagne, vous aurez besoin d'un moteur de recherche internet. C'est ce qui fait la pertinence d'Ecosia actuellement. Bien que notre chiffre d'affaires soit en baisse, nous

observons un record du nombre de recherches, car les utilisateurs ont toujours besoin de notre service.

Ne fermez pas les yeux sur ce qui se passe dans le monde

Ouvrez grand les yeux et vous verrez tout ce qui se passe, le bon comme le mauvais. Chez Ecosia, nous réfléchissons la crise climatique depuis plus de dix ans. Avoir une vue d'ensemble nous permet de prendre chaque jour des décisions différentes et réfléchies. Et bien que parfois angoissante, cette vue d'ensemble nous permet d'être mieux préparés en temps de crise.

Faites preuve de patience et d'attention

Si vous souhaitez monter une entreprise durable, observez la nature et essayez de faire comme elle. Prenons l'exemple des arbres : ils ne poussent pas en un an grâce à un important apport financier, dans le but de produire autant que possible sur les trois premières années. Les arbres poussent sur des douzaines, voire des centaines d'années. Ils prennent leur temps, s'adaptent à l'environnement, et poussent généralement là où l'on a besoin d'eux et où ils trouvent les ressources nécessaires à leur croissance.

On peut poursuivre l'analogie et comparer l'argent investi dans les start-up aux produits chimiques pulvérisés sur les champs. L'impulsion permet peut-être à l'entreprise de fructifier, même en terre aride, et cela peut marcher un temps, mais pas sur le long terme. Une fois à court d'argent, les gens retournent à l'essentiel. La croissance d'une entreprise dépend de l'attention qu'on lui porte, ce n'est pas seulement un objectif à atteindre.

Une entreprise connaît aussi des saisons – anticipez-les

Beaucoup d'entre nous vivent maintenant dans un monde coupé de la nature et des cycles naturels. Mais les entreprises aussi connaissent des saisons. Vous pouvez comparer les périodes calmes à l'hiver : c'est le moment de mettre de côté, de lever le pied et de se préparer aux périodes plus soutenues. Dites-vous bien que vous ne pouvez rien faire contre la saisonnalité et demandez-vous plutôt comment mieux vous préparer aux temps morts.

Chez Ecosia, notre activité ralentit lorsque les gens partent en vacances et passent moins de temps en ligne, à Noël par exemple. Au lieu de m'inquiéter de la baisse du chiffre d'affaires sur le marché français, je me dis que c'est le moment de prendre un peu de recul, de réfléchir au travail effectué et d'anticiper la suite. En intégrant la saisonnalité, votre entreprise sera d'autant plus résistante : au lieu de la combattre, tirez-en profit.

Sachez voir que tout est lié

Si pour vous rien n'est connecté, vous verrez la crise du coronavirus et la crise climatique comme deux événements distincts. Mais si, au contraire, vous adoptez une vision du monde holistique, globale et connectée, vous verrez que la crise du coronavirus est un symptôme de la crise climatique. Il n'y a qu'à considérer les changements environnementaux dont on est témoins depuis un mois pour constater le lien.

Il suffit de réaliser que tout est lié pour repenser toutes nos actions. La pandémie a montré que nous pouvions changer nos habitudes quand cela s'imposait et nous avons vu ce que nous pouvions accomplir en travaillant ensemble. Je suis d'avis que nous pourrions faire de même pour la crise

climatique. On sait maintenant que si l'on veut, on peut. Il s'agit déjà d'un changement majeur pour notre état d'esprit collectif.

Lorsque nous sortirons de cette pandémie et entrerons dans un monde certainement très différent, marquant en quelque sorte la fin d'un hiver et le début d'un printemps, j'espère que nous pourrons entamer un nouveau chapitre. Que nos entreprises pourront être conçues plus durablement, que nous saurons distinguer ce dont on a véritablement besoin au quotidien de ce qui n'est pas si important, et nous souvenir qu'il est possible d'unir nos forces, de faire preuve de solidarité et de changer les choses au nom du bien commun.

Ferdinand Richter est le responsable France d'Ecosia, le moteur de recherche qui plante des arbres.

Article écrit par Ferdinand Richter