

Les DAF face à la crise, l'expérience de CleverConnect

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, Xavier Sérès, DAF de CleverConnect qui répond à nos questions.

Temps de lecture : minute

29 juin 2020

Quelles ont été vos premières mesures en tant que DAF au début de la crise ?

Pour l'anecdote, j'ai intégré CleverConnect quelques jours avant le confinement. Avec l'ensemble des membres du Codir, j'ai mené rapidement un travail d'équipe sur une actualisation du budget 2020. Celui-ci avait été élaboré à la fin de l'année dernière pour soutenir une croissance de plus de 40%. Nous avons construit un *reforecast* avec des hypothèses de chiffre d'affaires très prudentes pour franchir au mieux cette période difficile. Notre mobilisation et notre réactivité nous ont permis de présenter au bout d'une semaine nos nouvelles prévisions aux investisseurs et de pouvoir rapidement mettre en oeuvre les plans d'action associés.

La continuité d'activité, pour accompagner au mieux nos clients, a été primordiale. Etant éditeur d'une solution complète de recrutement à distance, Visiotalent, nous nous sommes engagés aux côtés des acteurs de la FrenchTech, en mettant gracieusement à disposition notre solution Visiotalent Live. Nous couvrons l'ensemble des secteurs du marché de l'emploi et avons donc été très sollicités pour mettre en place notre

solution au sein de différentes entreprises qui continuaient à recruter pendant le confinement.

Avez-vous eu recours aux aides proposées par l'État ?

Dès les premiers jours du confinement, nous avons monté des dossiers pour obtenir un PGE (prêt garanti par l'État) afin de sécuriser notre niveau de trésorerie sur les prochains mois. Nos partenaires bancaires et Bpifrance ont été très réactifs. Nous avons également été contraints de recourir au chômage partiel pour amortir la baisse de notre activité, le recrutement étant très ralenti pendant le confinement. Néanmoins, nous avons fait le choix de maintenir un certain niveau d'activité pour tous nos collaborateurs et collaboratrices afin de maintenir notre niveau de service client et préparer ensemble la sortie de crise.

Comment avez-vous communiqué avec vos clients ?

La communication fut un élément primordial pour nous dans cette période de distanciation sociale. Elle a permis de continuer à proposer des solutions et d'accompagner au mieux nos clients en organisant de nombreux webinars, un Quizz du RH confiné... Nous avons d'ailleurs réalisé un baromètre de l'emploi auprès des 7 millions de candidats inscrits sur notre site Meteojob, pour donner la tendance du moment (95% des entretiens se sont faits à distance). Nous avons notamment collaboré étroitement avec les entreprises et les structures cherchant des métiers de premier ordre durant la crise comme la grande distribution.

Quelle stratégie avez-vous mis en place tout

au long de la crise ?

Nous avons souhaité continuer à mobiliser l'ensemble des équipes durant cette crise, ce qui a été le facteur clé de notre succès. Nous avons la chance de travailler avec des collaborateurs engagés et nous avons eu à coeur de les soutenir au quotidien pendant cette période. Cette mobilisation interne nous a permis d'être encore plus attentifs aux attentes de nos partenaires et d'être plus proches de ces derniers.

Des meetings par équipe ont été mis en place chaque jour travaillé, et des prises de parole hebdomadaires ont été mises en place avec pour objectif d'être transparents sur les mesures prises, et de donner de la visibilité sur la stratégie définie pour affronter cette crise. Par ailleurs, nous n'avons pas oublié de communiquer sur tous les succès de l'entreprise car il était important de les souligner dans ce contexte difficile !

Quelle est votre stratégie aujourd'hui ?

Avec l'obtention des PGE, nous avons pu sécuriser notre trésorerie et nous continuons à payer nos fournisseurs conformément à nos engagements contractuels. Conscients que nos plus "petits" fournisseurs, et notamment les indépendants, sont les plus fragilisés, nous sommes encore plus attentifs à leur égard. Concernant nos créances, nous avons des clients fidèles qui respectent globalement bien les conditions de paiement. Les plans d'action lancés, avant et pendant la crise, nous ont permis de baisser les créances de près de 40% par rapport à 2019 à la même date, alors que le niveau de facturation a connu une croissance de plus de 30%. Ces dernières semaines, le service d'administration des ventes a bénéficié d'une aide plus appuyée des équipes commerciales pour la relance des clients.

Quels sont vos focus depuis le déconfinement ?

Pour renforcer notre offre produit et sortir grandi de cette crise, notre focus réside surtout dans l'investissement en R&D. Nous allons donc reprendre nos recrutements dans ce domaine afin d'accélérer le développement de nos produits. Nous passons, par exemple, à la vitesse supérieure pour nos solutions de mobilité interne.

Quelle est votre vision de l'avenir ?

L'avenir est très contrasté et complexe sur les 18 prochains mois sur le marché du recrutement. Nous traversons tous une période de turbulence très incertaine qui va faire remonter le chômage. Néanmoins, nous pensons que structurellement, durablement, nous allons vers une meilleure situation de l'emploi en France. Nous restons optimistes, c'est pourquoi il faut être très actifs. En effet certaines entreprises peuvent redémarrer plus vite qu'on ne le pense. On ne sait pas à quel moment cela se fera mais lorsque cela va repartir, il faudra très rapidement staffer les entreprises et être au plus près de nos partenaires.

Pour en apprendre plus sur les DAF face à la crise, consultez les témoignages de [Qonto](#), [Easyblue](#), [Nickel](#), [Finexkap](#), [Spendesk](#), [Payfit](#) et [Cheerz](#).