

NOUVELLE
VERSION



POUR ENTREPRENDRE ET VAINCRE LA CRISE

Ecrit par > Jean-Marc LE GOFFIC

Conception graphique > Fabien DE GASSART

Maquette > Elisa RESENTERA

ID SIMPLE, VERSION 2

L'envie d'écrire m'était venue en quittant l'entreprise que j'avais dirigée pendant 20 ans. Ne voulant retenir du passé que le positif et de mes expériences difficiles que des bons apprentissages, je n'avais pas cherché à faire un livre témoignage de ma seule expérience ; j'avais préféré rédiger un conte très librement inspiré de mon histoire.

Mon héros ID Simple est un jeune indien malicieux qui dirige un cabinet spécialisé dans l'accompagnement et le coaching de l'innovation.

Toute ressemblance avec moi-même n'était alors que fortuite si ce n'est que j'ai finalement créé le cabinet. 😊

Deux ans plus tard, je peux révéler que la fiction peut devenir une réalité !

J'aime à croire qu'il faut commencer par écrire les belles histoires pour leur permettre ensuite de vivre.

L'écriture n'étant pas chez moi un talent naturel, j'ai rencontré au début de l'aventure, quelques difficultés. Le livre n'avancait pas, je voulais en dire trop, je me posais trop de questions...

L'exigence est nécessaire pour la réalisation d'un projet ambitieux mais « trop » peut aussi devenir limitant.

A problème identifié, solution presque trouvée !

Je m'étais alors focalisé sur le plaisir d'écrire et sur le sourire que j'avais à me relire. La version 1 était finalement un « livre test » qui n'attendait que les retours de mes premiers lecteurs.

La version 2 intègre ces premiers retours ainsi que mes nouvelles expériences ; c'est, je l'espère, une œuvre plus aboutie...

Cette démarche de créer, de tester, de modifier est la conduite à adopter lors de tout processus de création ou d'innovation. Ne cherchez pas la perfection dans la version 1, ambitionnez simplement de toujours progresser en étant centré sur la satisfaction de vos clients.

Bonne lecture.

Remerciements

Merci à ma femme, ma correctrice et première lectrice.

Merci à tous les lecteurs de la version 1 pour leurs encouragements mais également leurs critiques bienveillantes.

Merci à Fabien pour son talent, sa disponibilité, sa créativité dans la conception graphique.

Recommandations

Toutes les techniques, tous les conseils que je présente dans cet ouvrage n'ont qu'un seul objectif :

Être bon pour le Chef d'entreprise, bon pour ses Employés, bon pour la Planète.

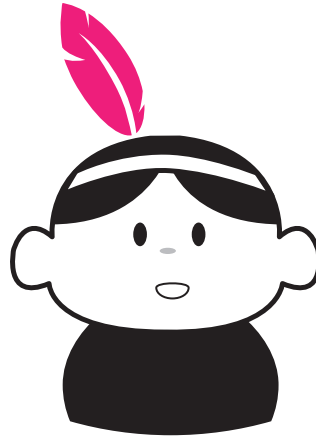
Le livre a été conçu avec un début et une fin ; respectez la chronologie et ne zappez pas d'une page à l'autre.

J'ai voulu que le livre soit beau car une de mes croyances est qu'un bon produit doit être un beau produit.

SOMMAIRE

CHAPITRE 1 > L'arbre ID Simple <i>L'entreprise postmoderne</i>	page 9 - 29
CHAPITRE 2 > Le miroir bienveillant <i>Connais-toi toi-même</i>	page 31 - 54
CHAPITRE 3 > La bonne cartographie <i>Comprends ton entreprise</i>	page 57 - 71
CHAPITRE 4 > Trouver la bonne idée <i>Découvre tes clients</i>	page 73 - 81
CHAPITRE 5 > L'innovation écologique <i>Applique une méthode</i>	page 83 - 95
CHAPITRE 6 > Epilogue <i>Etends ton territoire</i>	page 97 - 108
CHAPITRE 7 > Bonus <i>Pour une lecture rapide de ce livre d'indiens</i>	page 109 - 119

Quelque part dans le Grand Ouest...
Le village **Entreprise**.

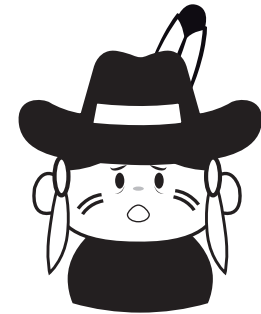
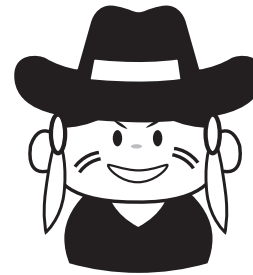
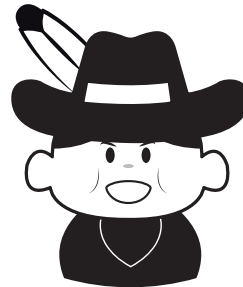
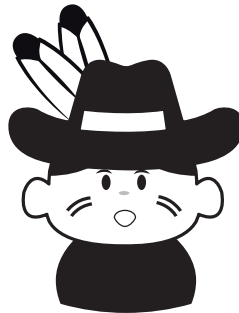
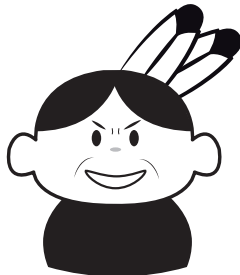


LE HÉROS : **ID Simple** LA MEILLEURE AMIE : **Bienveillance**



LES PARENTS : **Innovation et Communication**

LES GRANDS PARENTS : **Chance et Persévérance - Positif et Humanisme**

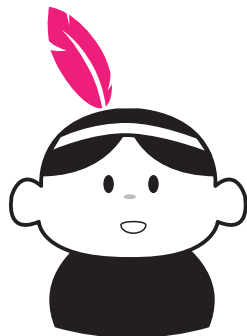


LES ONCLES : **Rigueur, Toujours-Plus, Ne-Fais-Rien, Ne-Change-Rien, Pessimiste**

CHAPITRE 1 > L'ARBRE ID SIMPLE







Je m'appelle ID Simple,
je suis né de la rencontre entre
Innovation et Communication.

Nous vivons dans un joli village
Entreprise logé au cœur d'un vallon
ensoleillé, traversé par un cours d'eau,
couleur cristalline. Cette eau est notre
fierté, le monde entier nous l'achète
pour ses vertus médicinales.

Peu après
ma naissance, mon oncle
Toujours-Plus nous a quittés pour s'ins-
taller dans un autre village, La Bourse, afin de
gagner de l'argent plus vite et plus facilement. Mon
oncle Pessimiste après une expérience malheureuse
sur un concept d'emballage d'eau pétillante est lui parti
vivre dans le village La Crise, avec ses deux frères, Ne-Fais-
Rien et Ne-Change-Rien ; il n'a pas supporté l'échec.

Lorsque j'ai été en âge de comprendre, ma grand mère
Humanisme m'a expliqué : « Tes oncles sont des personnes
très respectables mais ils ne partagent pas nos valeurs
et cela peut nuire au développement de notre village,
l'intérêt général prime sur l'intérêt de quelques uns
et bienveillance n'est pas faiblesse » (j'ai oublié
de vous dire que ma meilleure amie s'appelle
Bienveillance, ma grand-mère a
beaucoup d'humour !).

Elle a
également précisé que
l'entreprise était ouverte à tous à
condition qu'ils partagent nos valeurs.

Partir puis revenir, c'est arrivé à mon oncle Rigueur.
Il était parti vivre avec ses frères car il imaginait que sa venue
pouvait aider. Assez vite il a dû convenir que la rigueur n'avait
pas lieu d'être ni dans un monde spéculatif, ni dans un monde en
crise. Comme c'est un garçon pragmatique, il est revenu chez nous
pour travailler en bonne intelligence avec Innovation.

Le village est toujours en ébullition, la bonne humeur est de rigueur et
toute la famille travaille avec entrain vers un même objectif, développer
durablement le village Entreprise.

La semaine dernière, je suis allé rendre visite à mes oncles. Pour eux, rien
ne va, ils sont frustrés, démotivés, surtout Toujours-Plus depuis que la
Bourse est en baisse.

Après toutes ces années à vivre dans et pour l'entreprise, je sais que
la crise n'est pas une fatalité et qu'en toute situation, grâce au
bon comportement, aux bons outils, aux bons objectifs, il est
possible de se développer durablement.

C'est décidé, je veux aider les entrepreneurs à
vaincre la crise.



Papa, peux tu m'aider ?
J'ai une idée de création
d'entreprise, mais je voudrais
savoir si elle est bonne.

Super,
j'écoute !

Je n'ai pas une recette toute
faite mais je peux t'aider à
trouver tes réponses.

Peux tu me décrire ton objectif en
une phrase simple et compréhensible
par un enfant de 5 ans ?

Je veux aider les dirigeants et les
créateurs d'entreprise à rester
inconditionnellement positifs
pour vaincre la crise.

Bien, je comprends... et ton
objectif ultime, ton objectif
wahou que tu n'oses pas
exprimer mais qui te fait
vraiment rêver ?

Développer un réseau ID simple spécialisé
dans le coaching en entreprise et plus
spécifiquement dans l'accompagnement
des créateurs et des dirigeants de PME.

Vraiment wahou ton objectif,
peux tu m'en dire plus sur tes
motivations, les valeurs qui
te portent ?

Aider les entrepreneurs, partager avec eux mes
idées mais également les faire reconnaître,
gagner de l'argent pour assouvir mes besoins,
mes envies, mes plaisirs.

Belle ambition portée par de nobles
valeurs et comment imagines-tu
ta vie dans 5 ans, dans 10 ans ?

Une belle maison, une
femme, des enfants.

Cette vision est-elle
compatible avec ton projet
de création d'entreprise ?

Sans doute... je ne sais pas, je
vais en parler avec Bienveillance,
elle est souvent de bon conseil !



Cher ami lecteur, tout de suite, te voilà au cœur du sujet.
Sans round d'observation, je t'assène trois de mes croyances :

1 > Un projet d'entreprise doit se traduire par un objectif simple, quantifiable, mesurable et compréhensible par tous (clients, fournisseurs, banquiers, salariés). La simplicité indique l'aboutissement. La perfection est simple ! Travaille jusqu'à l'atteindre.

2 > L'objectif ultime doit être wahou car tu vas devoir être motivé à 100 % pour réussir durablement.

3 > Toute entreprise n'a de sens que dans la dimension humaine qu'elle porte, les hommes travaillent pour les hommes et non pour un système. Seul tu n'es rien. L'argent ne doit pas être le moteur du projet mais la conséquence possible d'un projet réussi.

Un projet purement spéculatif, sans aucune valeur humaine et non respectueux de ton entourage ne peut être pérenne mais si tel est ton projet, lis mon livre avec encore plus d'attention et commence par te poser les questions suivantes :

- L'argent est un objectif ou un moyen ?
- J'ai besoin de combien d'argent pour répondre à mes besoins ?
- Lorsque j'aurai assouvi mes besoins, je veux quoi ?

Les réponses sont en toi !

Tu n'es pas d'accord ?
Commence par lire !



Bonjour Bienveillance, j'aimerais avoir ton avis avisé !

Je t'écoute.

J'aimerais créer mon cabinet, il sera spécialisé dans l'accompagnement de dirigeants et de créateurs d'entreprise.

C'est une super idée, tu as beaucoup d'atouts pour réussir ; capacité d'écoute, qualité d'analyse, expérience. Il faut le faire c'est génial !

Communication m'a demandé de contrôler que ce projet professionnel soit compatible avec mes projets personnels à 5 ans, à 10 ans. Je ne voudrais pas la jouer perso pour ensuite te perdre, nous avons des ambitions communes... (mes parents ne le savent pas)

Tu es un amour, tu penses à nous avant de penser à toi. Cela étant, tu as raison, je connais beaucoup de gens qui se sont perdus, séparés, pour ne pas avoir pensé, ni voulu, communiquer avant...

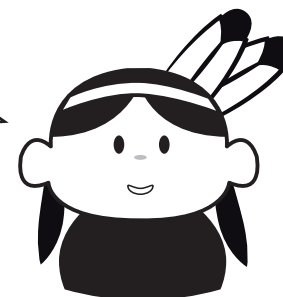
Communiquer va me rendre plus disponible pour toi ???

Pas directement mais ne t'en fais pas je serai là pour te rappeler à l'ordre ! Par contre pourquoi vouloir monter seul ton projet, pourquoi ne pas chercher un partenaire.

Un partenaire en réussite.

C'est une belle image .

Je pense que je vais choisir Bienveillance !



NOTE DE L'AUTEUR

Lorsque tu décides de créer une entreprise, il faut vérifier que l'objectif soit écologique, c'est à dire bon pour toi, pour ton entourage et pour la planète.

Je te propose donc de commencer par déterminer comment tu veux organiser tes différents domaines de vie :

- Vie professionnelle
- Vie de couple
- Vie familiale
- Vie sociale
- Vie personnelle

(en %, le total doit donner 100)

Une fois l'exercice réalisé contrôle que ce soit compatible avec ton projet de création.

La création d'entreprise est assez chronophage ; Il est préférable d'en être conscient avant de s'engager !

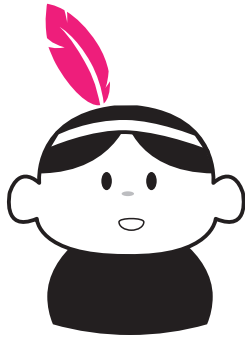
Par conviction, par expérience, je te conseille de ne pas être seul pour te lancer.

Le faire avec un partenaire en réussite (un mentor, un coach, une personne qui a réussi et dont tu ne remets pas en cause la légitimité) est une aide inestimable. Cette présence rassurante te permettra de supporter la pression, de garder les idées claires et de trouver le juste équilibre en toute situation.

Ce partenaire en réussite deviendra un miroir bienveillant avec lequel tu échangeras librement et dans le non jugement. Il sera à ton écoute, lorsque tu auras peur, que tu douteras, que tu seras embrouillé par des objectifs contradictoires.

C'est de l'échange que naissent les bonnes solutions ; c'est l'échange qui permet la simplification.

Pour peaufiner mon sujet, je me dis que le mieux est de me confronter à un entrepreneur «en crise».



Bonjour Pessimiste, je vais créer une entreprise et j'aimerais avoir ton avis avisé.

Mais tu es fou, c'est la crise !
De mon temps, c'était possible mais maintenant c'est l'échec assuré.

Tu as raison, il faut avoir un projet très abouti. Le niveau d'exigence est aujourd'hui très important.

Quel est ton projet ?

Je veux accompagner les créateurs et les dirigeants.

Mais il existe déjà des consultants en tout genre. Les retraités conseillent même pour rien. Qu'as tu de différent à proposer ?

Je ne propose pas des conseils mais de l'accompagnement. Je me focalise sur le quoi et le comment :
Vous voulez quoi et vous pensez le faire comment ?
Chaque entrepreneur a en lui ses propres solutions, je suis simplement là pour l'aider à les découvrir. J'ai quelques outils mais je travaille surtout avec le questionnement, l'écoute, la reformulation, le non jugement, la valorisation. Je fonctionne comme un artisan, c'est du sur mesure.

Et tes clients, ils ont de l'argent pour te payer ?

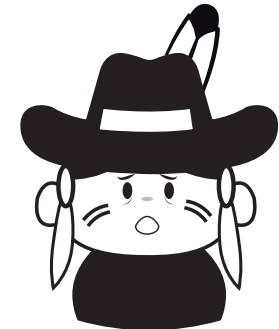
Pas vraiment mais le budget est modeste au regard des enjeux.

Et pourquoi vont-ils te faire confiance ?

Je vais faire jouer mon réseau qui me recommandera... et je vais écrire un livre.

Il va parler de quoi ton livre ?

Heu.... J'avais pas vu l'heure, je dois y aller, désolé !



Pour créer, de nouveau, je te fais partager 3 croyances :

- 1 > Tu identifies un marché niche mais porteur où ta taille n'est pas un handicap (ce marché doit être porteur car tu ne pourras pas créer le besoin tout seul).
- 2 > Tu exploites cette niche sur le plus grand territoire possible afin d'atteindre la taille critique (il est bon de penser international et cela dès le début de l'histoire).
- 3 > Tu vises l'excellence afin de devenir la référence sur la niche identifiée. Une PME doit être pensée et organisée comme une « grande », avec le même niveau d'exigences (les choix ne doivent pas être réalisés par défaut).

Dans le cas du projet ID simple :

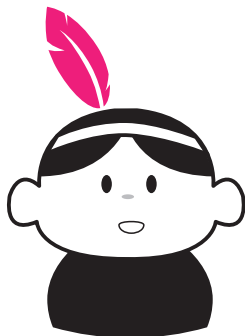
Les créateurs, les chefs d'entreprise, se sentent souvent très seuls face au quotidien. Ils sont généralement peu secondés et passent leur vie à gérer des problèmes, ils deviennent souvent gestionnaires de problèmes et machine à broyer du noir mais pas proactifs pour innover demain !

Il y a donc bien un besoin mais y-a-t'il un marché, une demande ?

ID Simple s'attaque à la face nord de la création. Le besoin existe mais le marché n'est pas actif, les clients n'ont pas d'argent et la notoriété de ID Simple est nulle.

Deux solutions :

- **Abandonner** car ce n'est vraiment pas raisonnable !
- **Continuer** (en connaissance de cause) et **voir grand** car plus c'est dur plus il faut être exigeant, ambitieux et persévérant !



Pessimiste
a essayé de me décourager
mais j'ai pu répondre à la plupart de ses
objections, je crois que mon projet tient la route.

L'idée du livre m'est venue un peu comme ça, j'ai voulu l'épater
mais je me suis avancé un peu vite, ai-je vraiment matière à écrire
un livre ?

A la bibliothèque, j'en vois des centaines : management, stratégie, organisation,
innovation, coaching de groupe, développement personnel...

et moi, total autodidacte, j'ai l'outrecuidance de m'inviter dans ce monde d'experts
avec mes quelques idées simples !

Je me lance à corps perdu dans la lecture de tous ces ouvrages écrits par des experts
incontestés et incontestables.

Ils sont pratiquement tous intéressants, le début surtout, la fin devient souvent très
théorique et je ne les trouve pas très faciles à appliquer en PME (trop compliqués et
pas assez ludiques).

A mon sens, ces ouvrages ne s'adressent pas à ma cible et leurs objectifs sont
légèrement différents.

Mon livre traitera d'un sujet sérieux « entreprendre et vaincre la crise »
mais il sera compréhensible par tous et il sera dédié à la PME !

Sur ce, je retourne voir Pessimiste que j'avais un peu
laissé en plan la dernière fois.

En rencontrant Pessimiste, ID Simple aurait pu rentrer dans le jeu du négativisme.

Pessimiste aime jouer avec les gens, les inquiéter, leur transmettre ses peurs...

ID Simple n'est pas tombé dans le piège, il avait un objectif clair en allant voir son oncle et il ne s'est pas laissé écarter de cet objectif.

Nous touchons ici la notion de jeux psychologiques. Le jeu psychologique commence lorsque le comportement de ton interlocuteur n'est pas motivé par une volonté de construire mais de freiner, d'empêcher, de nuire.

« Je n'ai pas le temps, on a déjà essayé, je fais mon possible mais les autres..., ça ne marchera pas... ».

En cas de jeux psychologiques, la bonne réaction est la fuite ou l'exclusion !

Lorsqu'une personne dans ton entreprise n'est jamais constructive, qu'elle est toujours en opposition, qu'elle n'adhère pas à ton projet, remercie la. Son départ te coûtera de l'argent mais sur la durée, tu y gagneras.

Les jeux psychologiques sont le fléau des relations humaines, il est important de toujours rester vigilant pour ne pas risquer de se laisser piéger dans une partie par inadvertance.

En réunion, sois toujours attentif aux mots utilisés, au langage non verbal des participants.

Au moindre signe avant coureur de l'amorce d'une partie, intervien et questionne pour recadrer :

C'est intéressant ce que tu dis, peux-tu développer ?

Quelles sont tes propositions ?

Généralement le joueur n'a qu'un seul objectif, être malveillant mais il n'a pas de projet. Lorsque tu le questionnes, très vite il doit rendre les armes faute d'un plan établi.

Parfois l'enjeu est tel que tu ne peux pas fuir (avec un acheteur, un banquier, certains clients...). Aux humiliations, aux attaques, il te faut alors rester de marbre.

La bonne attitude consiste à augmenter ton niveau de concentration, à rester focalisé sur ton objectif et à avoir un programme en béton armé (supérieur à l'adversaire).

Sans partenaire, sans faiblesses, le joueur ne peut pas jouer...



Bonjour Pessimiste, dans mon livre, je vais présenter mon programme pour vaincre la crise.

Je suis tout ouïe !

Pour vaincre la crise, il faut être capable de différencier son offre et pour cela il faut innover !

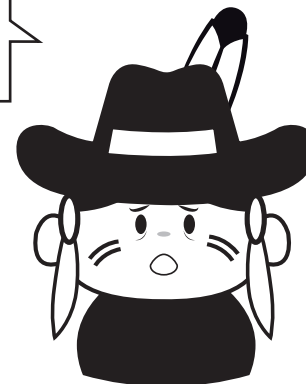
Tu as raison, l'innovation n'est pas une fin, c'est simplement un moyen. La volonté d'innover doit être partout dans l'entreprise et pas seulement dans la conception des produits. Un produit innovant sans une bonne qualité ou un bon marketing restera un exercice de style, C'est peut-être ce qui t'est arrivé ?

L'innovation, tu n'étais pas né que déjà j'écrivais un livre sur le sujet. J'ai moi même déposé plusieurs brevets. L'innovation c'est beaucoup de temps, beaucoup d'investissements mais ça ne rapporte rien !

Pour éviter ce piège, il faut rester centré sur le client. L'innovation prend sa source chez les clients et non pas dans la tête d'un professeur trouve tout. Terminé les « Gaston Lagaffe » !

Petit impertinent ! Cela étant, tu as en partie raison, mes innovations étaient trop précoces. Les clients n'ont pas compris.

Trop c'est trop, hors de ma vue !



Je le quitte en riant. J'aime faire les choses sérieusement sans me prendre au sérieux.

Pour se développer durablement, une entreprise doit : **conserver ses marges et augmenter ses parts de marché.**

La rationalisation de l'outil de production, la baisse des coûts, le contrôle de la masse salariale sont nécessaires mais cette approche rigoriste montre ses limites. La baisse des coûts finit par entraîner une baisse de créativité suivie automatiquement d'une baisse des marges, car comment valoriser un produit « banal » ?

Sans innovation, les PME ne peuvent pas exporter et sur le marché national, elles se retrouvent vite en concurrence avec des produits aussi banals que les leurs mais fabriqués dans des pays à la main-d'œuvre bon marché.

Pour pérenniser ton entreprise, une seule solution, te différencier des offres concurrentes.

La différenciation n'est possible qu'à travers l'innovation et l'innovation n'est surtout pas réservée aux multi nationales.

J'ai même la conviction que l'innovation est plus facile à mettre en place dans ta structure à taille humaine que dans une multinationale où les parasitages et les enjeux cachés sont multiples.

J'entends par parasitage et enjeux cachés : les querelles internes, les jeux de pouvoir, les non-dits, les réunions sans objectifs et tout le temps perdu à faire fonctionner le système au détriment de la progression de l'entreprise.

Les gros groupes sont d'ailleurs à l'affût de toutes les PME innovantes et cela même si elles perdent de l'argent ! (c'est du vécu).

Le plus triste est qu'une fois rachetées, ces PME deviennent souvent banales.

Nous touchons sans doute là une des raisons de l'appauvrissement industriel en France. Les PME ont énormément de difficultés à atteindre la taille critique en s'autofinçant; leurs dirigeants, par manque de fonds propres, sont souvent obligés de vendre pour ne pas disparaître.



Bonjour Innovation, j'aimerais que tu m'expliques les secrets de l'Innovation en entreprise.

Vaste sujet, je dirai : chance et persévérance !

C'est un jeu de hasard ?

Non, il faut même tout faire pour minimiser la part de hasard.

????

La chance, elle se travaille ! Prends l'exemple du rugbyman qui marque un drop à la dernière minute ou au tennisman qui effectue un retour gagnant sur balle de match. C'est de la chance ou le résultat d'un processus travaillé en amont ?

Il s'est entraîné pour être en capacité de faire ce geste au bon moment.

Tu as raison, pour avoir de la chance, il faut s'en donner les moyens. Il faut être prêt à la saisir quand elle se présente. La chance est souvent l'expression d'un talent, lié à du travail, de l'expérience et de la vigilance.

Pessimiste dit tout le temps : je n'ai pas de chance.

Il ne peut pas en avoir, il ne voit et n'imagine que le pire. Pour avoir de la chance, il faut être inconditionnellement positif. Il ne faut pas non plus oublier que la chance est une notion éminemment subjective « J'ai de la chance de gagner de l'argent, je n'ai pas de chance de devoir payer tous ces impôts ! »

En résumé, pour réussir à innover, il faut avoir de la chance, persévérer et rester inconditionnellement positif. Et quoi d'autre ?

C'est un bon départ.



Au risque de choquer, je suis persuadé que la chance, tout le monde peut en avoir, il suffit d'un peu de méthode et de beaucoup de travail.

Pour commencer, tu peux déjà éviter d'avoir de la malchance !

Pour cela trois conseils :

- Ne fais que les choses que tu comprends.
- Ne fais que les choses que tu es capable d'expliquer simplement.
- En toute situation, cherche avant tout la cohérence. Trop souvent les gens font tout et leur contraire, ils s'agitent, ils sont dans la réaction face à la situation présente mais ils ne sont pas dans l'anticipation et la cohérence sur le long terme. Pour finir, ils ont toute les malchances du monde !

Avoir de la chance, ça se travaille :

- Identifie et exploite tes talents: les choses que tu fais facilement et avec plaisir. Travaille les et pratique les encore et encore.
- Dans tes domaines de talents, crée un réseau, montre-toi, participe à des forums, des colloques, mets-toi en capacité à accueillir la réussite lorsqu'une opportunité se présentera.
- Sois curieux de tout, questionne, analyse, va au fond des choses, ne reste pas superficiel, ne te fie pas aux apparences, aux idées toutes faites, à ce qui est convenu. (si la réponse ne te semble pas logique, pas cohérente, pas satisfaisante, questionne à nouveau, cherche des nouvelles réponses).
- Anticipe, projette-toi dans l'avenir, imagine le pire pour construire le meilleur.

- Arrête de te comporter en gestionnaire de problèmes mais cherche l'excellence et rêve l'idéal.
- Accepte de te tromper mais jamais deux fois de la même façon, soit exigeant vis à vis de toi-même autant que tu peux l'être vis à vis des autres.

C'est l'heure du repas , toute la famille est réunie, je profite de l'aubaine.



Bonsoir à tous, j'ai une question qui me turlupine : Quels sont les secrets pour innover dans l'entreprise ?

Commence par copier ! Il est rare que tu sois le premier à arriver sur un marché. Une fois au niveau du leader, tu pourras ensuite envisager de faire mieux !



L'innovation doit correspondre à une vraie demande du marché. L'innovation commence chez le client.



L'innovation est de la responsabilité de tous, il est essentiel que l'entreprise travaille, pense comme une équipe.



L'innovation doit être écologique : bonne pour toi, ton entourage et pour la planète. Les innovations gadgets, c'est terminé !



L'innovation, c'est une question de management. Pour faire une bonne équipe, il faut un bon capitaine.



Pour Innover, il faut de l'argent et du temps. Heureusement tu peux trouver des financements. Viens me voir, je t'expliquerai.



Super, merci, je crois avoir compris. Sans abuser de votre précieux temps, pourriez vous me consacrer une heure demain pour que je vous présente mon projet de création d'entreprise ?

Avec plaisir, à demain.



Bonjour à tous, pour commencer je vous présente, le concept de base, l'arbre ID Simple.

SE DÉVELOPPER DURABLEMENT SUR SON MARCHÉ NICHE

L'OBJECTIF

LA MÉTHODE

CONSERVER SES MARGES GRÂCE À SA VALEUR AJOUTÉE
AUGMENTER SON CA GRÂCE À UN TERRITOIRE PLUS GRAND

LA SOLUTION

LE FIL CONDUCTEUR

LA SOURCE DE CRÉATIVITÉ

CLIENTS MARCHÉ

SE DIFFÉRENCIER EN INNOVANT

PRODUIT

PROCÉDÉ

SERVICE

MARKETING

VENTE

ECOLOGIE

MANAGEMENT

POTENTIEL HUMAIN

LOBBYING

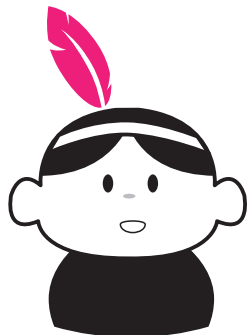
RÉSEAU

RÉGLEMENTATION

FINANCES

LES RACINES NOURRICIÈRES

Génial cette présentation, très originale, l'innovation processus transverse à tous les processus de l'entreprise, j'adore !



Peux-tu nous dire comment tu transformes cet arbre en projet d'entreprise ?

Très simple !

Notre cœur d'activité

- ✓ Coaching de l'innovation
- ✓ Accompagnement de dirigeants

Les ressources nécessaires

- ✓ Des moyens humains (des consultants capables de promouvoir la méthode)
- ✓ Un livre vitrine de notre savoir faire, de notre philosophie d'entreprise
- ✓ Des supports pédagogiques

Les partenaires clés

- ✓ Chambre de commerce
- ✓ Organisme mutualisateur
- ✓ Incubateur d'entreprise
- ✓ Université

Nos clients cibles

- ✓ PME
- ✓ Créateurs
- ✓ Entrepreneurs
- ✓ Cadres dirigeants

Notre organisation commerciale

Un réseau de partenaires ID simple, partageant les mêmes valeurs. Chaque partenaire est coopté et paye une inscription à l'année. Les décisions sont prises par le vote à la majorité qualifiée.

La relation avec nos clients

- ✓ Confiance
- ✓ Non jugement
- ✓ Bienveillance
- ✓ Inconditionnellement positif

Nos Concurrents

- ✓ Consultants indépendants
- ✓ Cadres à la retraite
- ✓ Société spécialisée dans le conseil et l'innovation

Les éléments pour nous différencier

Nous accompagnons les dirigeants pour les mettre en capacité à piloter l'innovation dans leur entreprise en s'appuyant sur le potentiel humain.

Notre structure de coût

Coûts fixes faibles, investissements limités. Le CA réalisé doit permettre de payer les honoraires du consultant.

Positionnement tarifaire/ sources de revenus

Vente de conseils, coaching, formation. Les tarifs sont directement liés à notre capacité à faire passer nos clients de l'état présent à l'état désiré. Il doit être psychologiquement adapté au marché de la PME.

Zone d'intervention

La France et les pays Francophones.

Brillant, évident !



Peux tu nous en dire un peu plus sur les forces, les faiblesses de ton projet ?

Vous voulez vraiment tout savoir !



Positif

FORCES (internes à l'entreprise)

- Connaissance de la PME.
- Expertise en marketing, vente, gestion de projets innovants mais surtout en développement humain.
- Approche coaching et non pas conseil. Nous facilitons le changement et la performance puis nous disparaissions.

OPPORTUNITES (dans son environnement marché)

- La croissance, la création d'emplois sont générées par les PME. Une prise de conscience va nécessairement avoir lieu par nos gouvernants, des moyens seront alloués par l'état pour accompagner les dirigeants et permettre aux PME d'être plus compétitives, plus innovantes.

Négatif

FAIBLESSES (internes à l'entreprise)

- Au départ une personne seule, sans notoriété.
- Difficulté de trouver les bons partenaires pour développer le réseau (amateur d'eco-conception + spécialiste des PME + posture de coach).

MENACES (dans son environnement marché)

- La demande de la part des dirigeants de PME est faible.
- Les dirigeants se sentent seuls mais ne connaissent pas l'accompagnement en mode coaching, ils ne sont pas vraiment convaincus d'être concernés par l'innovation.

Très bien ce SWOT,
lucide et positif



Tu as quelques chiffres à nous présenter ?



Cohérent et atteignable.

CA Prévisionnel	150 000 €
Frais de déplacement (1)	
Essence	3 600 €
Restaurant	2 000 €
Hôtel	3 000 €
Transport	3 000 €
Représentation	1 000 €
Total Frais de déplacement	12 600 €
Logers (2)	
Voiture	7 000 €
Local, bureau	12 000 €
Total logers	19 000 €
Frais divers (3)	
Publicité	3 000 €
Assurances	2 000 €
Honoraires	3 000 €
Commissions	5 000 €
Téléphone	1 200 €
Total Frais divers	14 200 €
Résultat (CA - 1 - 2 - 3)	104 200 €
≈ Salaire annuel net disponible	60 000 €

L'argent ne fait pas le bonheur mais il peut y contribuer !
J'ai effectivement couché quelques chiffres sur le papier.



J' aime cette façon de formaliser le modèle économique d'une entreprise (page 24).

Avec un simple tableau, l'essentiel est posé.

C'est un document que tu peux utiliser en interne mais également en externe (fournisseurs, investisseurs, banquiers) et que tu peux évidemment adapter à ta propre sensibilité.

Le SWOT est également un formalisme que j'affectionne car il est très structurant pour ma réflexion personnelle et également ma communication externe.

Le SWOT ne doit pas chercher l'équilibre entre le positif et le négatif, il doit simplement clarifier l'état présent en restant le plus factuel possible.

Lors de la conception du modèle économique ou du SWOT, l'utilisation de Post-it où chacun peut exprimer librement ses idées est source de créativité. C'est une approche que tu retrouveras tout au long du livre.

Concernant le compte prévisionnel de résultat, le CA potentiel doit impérativement être relié à une quantité de produits, un nombre de clients, ce n'est pas un chiffre que tu poses pour te faire plaisir.

« Si je ne suis pas trop mauvais, je vais bien faire... tel CA »

Dans le cas d'ID Simple :

Il part du principe qu'il peut facturer 10 jours par mois, à raison de 1500 euros la journée (CA total annuel 150 000 euros car en août et en décembre le CA réalisé est très faible).

Il peut aussi se dire « j'ai 20 clients à raison de deux séances d'une heure par mois... ».

Le chapitre 1 se termine, tu sais maintenant comment valider un projet d'entreprise, comment le présenter, nous passons dans la phase « action ».

ID Simple va visiter ses premiers clients et cela va me permettre de développer les différents éléments de l'arbre ID simple.

En route...

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.