

3 étapes
et 10 conseils

Pour développer votre
entreprise pendant la crise



Lorette Glasson

Pour créer et développer votre entreprise

ÉDITO

Nous subissons tous la crise et ses conséquences sur nos entreprises. Mais nous sommes tous impactés différemment : en fonction de nos activités, de la possibilité ou non de télétravailler, de notre situation personnelle et surtout en fonction de notre propre capacité à faire face.

Depuis l'annonce du confinement, j'ai échangé avec de nombreux entrepreneurs. Selon les personnes et le moment, j'ai perçu la perte de repères et l'angoisse, le lâcher prise et l'acceptation, l'apprentissage, l'envie et finalement l'action...

De mon côté, je suis passée par toutes les émotions et je suis à l'heure du passage à l'action. Puisque la crise est là, il va falloir faire avec et avancer... Je crois désormais, grâce à vos nombreux témoignages, qu'il est possible de développer son entreprise pendant cette crise.

Pas d'injonction, pas de timing imposé... Rien de révolutionnaire non plus. Juste quelques clés tirées de nos échanges pour vivre le moment au mieux et peut-être en sortir grandi. Je ne vous ai jamais cité pour conserver l'anonymat mais tout est issu de nos discussions : vous vous reconnaîtrez peut-être.

Plus que jamais en mode test & learn, voici 3 étapes (à tester dans l'ordre ou le désordre) et des astuces, conseils, outils, exemples, inspirations et liens utiles pour développer votre entreprise pendant la crise. Parfois des évidences mais c'est toujours mieux en les disant. Il y est question de chérir l'existant, de profiter du présent et de préparer l'après.

Ce texte n'est pas toujours positif : il reflète mon état d'esprit du moment, inquiet mais curieux. Il est en construction et j'attends vos retours pour le compléter et le faire évoluer...

Merci pour tout et bonne lecture.

TABLE DES MATIÈRES

Étape 1 : chérir l'existant	4
Constat n°1 : la crise est une loupe / un miroir grossissant	6
Constat n°2 : votre entreprise ne part pas de rien	7
Conseil n°1 : identifier objectivement vos ressources et vos risques	8
Conseil n° 2 : prioriser l'humain pour maintenir le lien	10
Conseils n°3 : sécuriser votre trésorerie pour tenir le coup	13
Étape 2 : profiter du présent	15
Conseil n°4 : (ré)interroger votre why	17
Conseil n°5 : s'intéresser aux autres (mais vraiment)	19
Conseil n°6 : partager généreusement vos apprentissages	21
Conseil n°7 : affiner vos cibles et vos indicateurs	22
Étape 3 : préparer l'avenir	24
Conseil n°8 : inventer votre activité de demain	25
Conseil n°9 : restructurer vos moyens de production	26
Conseil n°10 : flexibiliser votre vision	27

Étape 1 :

chérir l'existant

Utilisez vos ressources

MON EXPÉRIENCE

Lorsque le confinement a été annoncé, j'ai perdu comme beaucoup mes repères et mes certitudes. J'ai accompagné des centaines d'entrepreneurs dans leur création et leur développement mais du jour au lendemain, je ne savais plus rien. Ou du moins, je le croyais.

J'ai donc commencé par prendre une semaine de « vacances » : sidérée suite aux annonces gouvernementales et à l'annulation de 80% de mon carnet de commande, j'ai profité du soleil et de la campagne autour de chez moi. La semaine suivante, j'ai paré au plus pressé : m'intéresser aux aides gouvernementales et m'atteler aux obligations administratives. La 3ème semaine, je me suis retrouvée devant un grand vide et une angoisse bien présente. La 4ème semaine, certains clients sont revenus à moi et j'ai commencé à voir de la lumière. Quant à la 5ème semaine, elle a vu renaître mes envies et mon attitude positive. Et la 6ème semaine a vu finalement germer cet ebook.

Bien sûr, je schématise et je simplifie mais l'important est que tout en passant par toutes ces étapes, j'ai continué de faire ce qui ne me demande aucun effort : garder le lien en appelant clients, prospects et membres de mon réseau. De ces échanges est finalement revenue l'envie car je me suis aperçue que je pouvais aider, au moins en écoutant et que je pouvais partager en écrivant car ça aussi je sais le faire. Ce sont mes forces.

Parallèlement à ça, mes failles me sont apparues au grand jour et je sais désormais sur quoi je dois travailler les semaines et mois à venir : ma vision et la formalisation de mes offres. En effet, je suis consultante indépendante depuis un an et je n'ai jusqu'à aujourd'hui pas ressenti le besoin d'écrire mon offre. Agile, je m'adapte à mes clients. Jusqu'ici, cela fonctionnait très bien mais dans cette situation, il me manque une colonne vertébrale pour avancer sereinement.

Et vous, comment allez-vous ?

Constat n°1 : la crise est une loupe / un miroir

Nous sommes nombreux à avoir vu l'activité de nos entreprises se réduire comme peau de chagrin. Avec la peur est souvent arrivée la remise en question profonde de notre entreprise mais aussi de la société, de nos modes de vies, de nous-mêmes...

Comme si la crise nous fournissait des lunettes ou nous enlevait nos œillères. Je ne suis pas certaine de tirer des leçons de cette crise pour la marche du monde mais je pense que nous pouvons effectivement apprendre sur nous et notre entreprise.

La crise agit comme une loupe / un miroir grossissant et met au grand jour des failles qui existaient déjà avant. Ne faisons pas l'autruche : **profitons de ce temps pour accueillir les problématiques et chercher à les résoudre.**

Vous étiez mono client ? Vous allez peut-être perdre ce client et vous rendre compte qu'il est grand temps de chercher d'autres débouchés à vos services ou produits.

Vous aviez des problèmes de trésorerie ? C'est déjà probablement en train de s'aggraver.

Vous n'aviez pas bien défini votre stratégie ? Vous vous sentez perdu aujourd'hui car vous ne savez pas ni où vous alliez ni où vous voulez aller.

*" Quand tout va mal,
regarde-toi dans le miroir."*

Proverbe chinois

Constat n°2 : votre entreprise ne part pas de rien

Si notre activité à chacun est parfois très affectée, tout n'est pas réduit à néant. En effet, votre entreprise ne part pas de rien. Que vous ayez quelques mois ou de nombreuses années d'existence, vous avez déjà développé.

Et pour cela, vous avez eu besoin de :

- vous car vous êtes le cœur de votre entreprise
- une vision et une stratégie claire
- des moyens adaptés (matériels et financiers)
- une équipe et des partenaires impliqués
- une communication impactante
- des actions commerciales efficaces
- des clients fidèles

Si vous n'aviez que la première partie des propositions (sans les adjectifs), ce n'est pas grave : vous les aviez quand même et vous les avez peut-être toujours. Si vous en avez perdu ou risquez d'en perdre une partie, **il vous reste et vous restera forcément quelque chose alors concentrez-vous là-dessus.**

Vous subissez une fermeture administrative ? Vous avez peut-être un fichier clients à entretenir et des salariés à impliquer.

Vous allez manquer de trésorerie ? Vous avez probablement du temps pour solliciter les aides de l'Etat et demander un prêt.

Vos produits ne se vendent plus ? Travaillez à améliorer votre communication et votre réseau de prescripteurs.

La situation actuelle est loin d'être idéale pour votre entreprise mais vous ne partez pas de rien. Utilisez ce que vous avez et ce que vous savez.

Exemples inspirants et solidaires :

- Clément Jacquelin, fondateur de la société Athletics 3D, fabricant de cross de carabines pour les biathlètes de haut niveau, conçoit désormais grâce à ses

compétences des masques à imprimer en 3D - <https://3dchampions.org/>

- 4 collègues de la société idfuse <https://www.idfuse.fr/> mettent à profit leurs compétences digitales pour créer un site collaboratif qui recense des

informations primordiales dans la crise (pharmacies, médecins, hôpitaux, dons de sang, commerces...): <https://www.idcov.org/info/>

- Le city guide des grenobloises Les mondaines <https://lesmondaines.com/> propose pendant la crise des idées pour occuper le temps et soutenir les commerces locaux

Conseil n°1 : identifier vos ressources et vos risques

Partant du double constat que votre activité est rétrécie et que vos failles sont mises à jour, il peut être temps d'établir un diagnostic afin de savoir où vous en êtes. Celui-ci sera facilité et accéléré par l'effet grossissant de la crise. **Attention toutefois à rester objectif sans vous laisser emporter par les émotions.**

Pour cela, je vous propose cet exercice en partant de ce que vous savez :

- Lister tout ce qui vous paraît positif et négatif pour votre entreprise dans 2 colonnes
- Poser des faits et des éléments tangibles sur chaque item de votre liste
- Répartir les faits trouvés sur un tableau avec 2 colonnes (le positif et le négatif) et 2 lignes (ce qui dépend de vous et ce qui ne dépend pas de vous)

Vous voilà avec une matrice SWOT (forces, faiblesses, contraintes et opportunités) qui servira de base à votre réflexion pour envisager des solutions.

Par ailleurs, je crois qu'il est important d'**être clair avec soi sur son état d'esprit**. Nous n'évoluons pas tous au même rythme et cela impactera forcément la façon de voir les choses alors on peut également faire l'exercice de se situer pour savoir où on en est et y revenir plus tard pour constater notre évolution (voir cercle "moi face à la crise" page suivante).

En tant que chef d'entreprise, vous êtes le cœur de votre entreprise. Vous décidez d'agir ou pas, dans telle ou telle direction et cela a un impact direct sur vos résultats. Vous initiez également une énergie à votre entreprise qui est plus ou moins attractive pour vos clients, salariés et partenaires. En fonction de votre état d'esprit, votre entreprise stagne, va de l'avant ou régresse.

Vous le savez : **votre mindset est très important alors prenez soin de vous et prenez-vous en compte.**

Une fois votre diagnostic posé, vous savez exactement ce qu'il vous reste à faire, plus encore en temps de crise : **optimiser les armes/ressources à votre disposition et sécuriser les risques.**

Pour prendre soin de vous

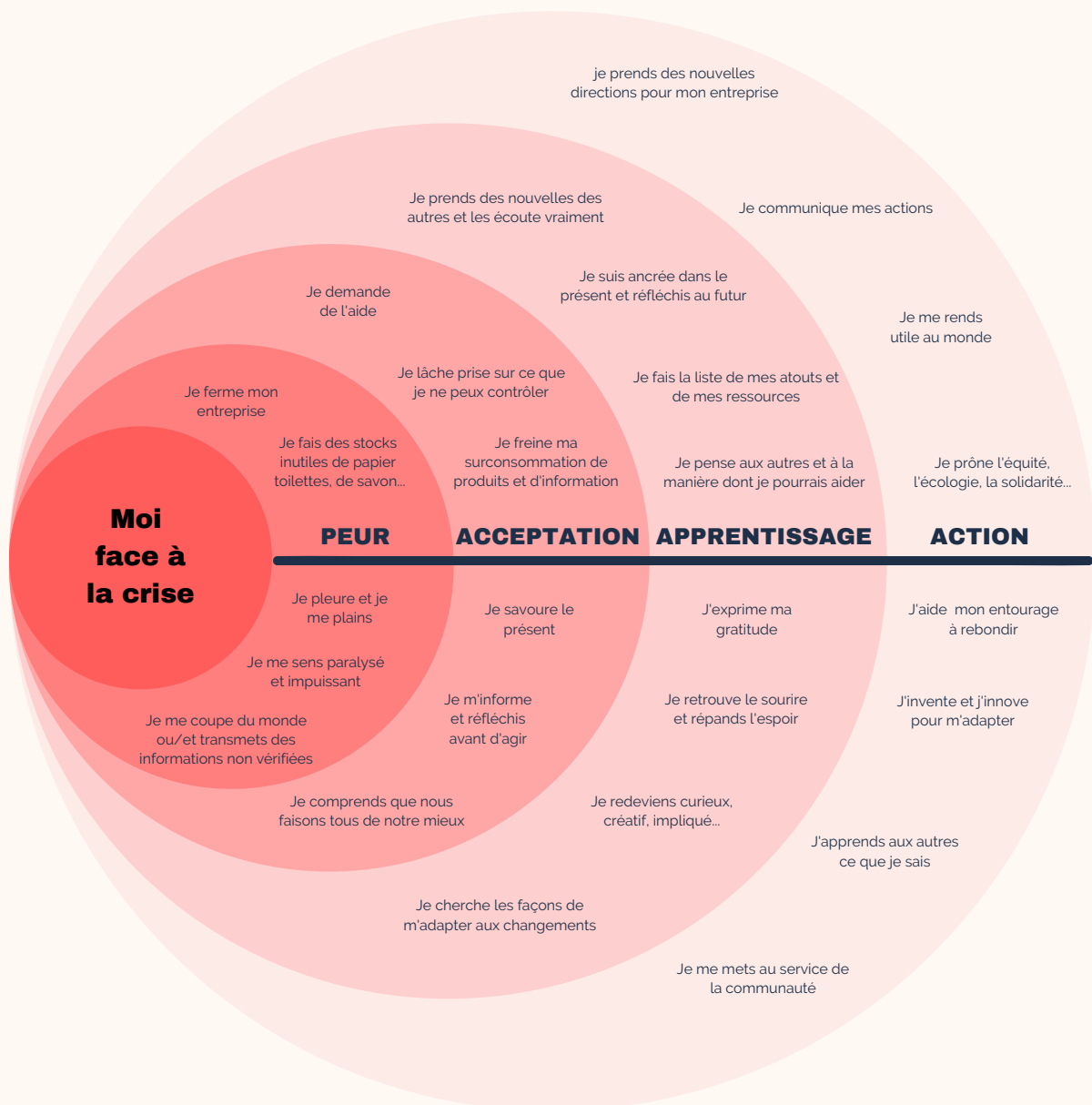
Carine André, qui propose habituellement des séances de psychologie positive et d'énergétique, offre désormais ses ressources en version digitale :

- groupe Facebook 21 jours pour booster son énergie positive :

<https://www.facebook.com/groups/812581309254886/>

- programme CARE : <https://youtu.be/88KPykhl-bU>

Et vous, où en êtes vous ?



Conseil n°2 : prioriser l'humain et maintenir le lien

Si vous n'avez pas de salarié ou même de client parce que votre entreprise est très récente, vous avez forcément des partenaires, des fournisseurs, des prescripteurs, des prospects et des relations... **Tous ces contacts n'appartiennent qu'à vous et méritent toute votre attention. Ils traversent également des moments difficiles et ont besoin de vous : prenez soin d'eux.**

A l'heure où la distanciation sociale est de mise, il est plus que jamais important de maintenir le lien et même de le faire grandir. Même si maintenir cette relation est chronophage, parfois techniquement (nous avons tous vécu de grands moments de solitude avec nos visios) et moralement épuisante et n'est pas directement rémunérateur, vous en tirerez forcément des bénéfices. A contrario, une rupture de relation avec vos équipes, vos partenaires ou/et vos clients pourrait vous coûter très cher après.

Pour les mêmes raisons, soyez transparent et sincère.

Fédérez vos équipes

Votre état d'esprit est la clé de voûte de votre entreprise et vous devez le transmettre à vos équipes. Prenez soin d'eux en prenant régulièrement de leur nouvelles, en vérifiant leur état physique et moral. Gardez-les actifs autour de challenges ou hackathons et en les fédérant autour d'une ambition claire. Chacun est obligé de s'adapter à cette situation, c'est le moment de tester votre agilité.

Pour réfléchir la gestion de vos équipes pendant la crise, n'hésitez pas à faire appel à un coach, un consultant RH et des juristes : **si vous devez investir, faites-le sur l'humain**. D'ailleurs, je connais même une chef de petite entreprise qui vient d'embaucher afin de redoubler d'efforts pour surmonter la crise.

Liens utiles pour prendre soin de vos équipes (et de vous-même) :

- article sur le burn-out en confinement :

<https://www.businessofeminin.com/comment-eviter-le-burn-out-en-plein-confinement/>

- groupe d'échange de pratiques de management pendant la crise animé par l'équipe de coachs de [Co'effy](#).

Mes bonnes adresses :

- Typhaine Rousselet, avocate en droit sociale :
<https://www.bougeuses.com/typhainerousseletavocat>
- Nathalie Chastan-Olive, coach pour renforcer la collaboration et la cohésion de vos équipes : <https://www.nemo-coach.com/>
- Capucine Jubin, consultante RH, s'adresse aux dirigeants pour mieux organiser, sécuriser, anticiper les changements au sein de leurs équipes :
<https://www.mentor-rh.fr/>

Chouchoutez vos clients

De la même façon que pour vos équipes, c'est le moment d'être présent pour vos clients, de leurs soucis, de leurs besoins. Vous pouvez créer un lien de solidarité dont vos clients se rappelleront après.

Exemples et contre-exemple :

- L'expert-comptable de mon mari ne nous a apporté aucune aide face à la crise, se targuant même d'avoir du temps libre en ce moment.
 - Pendant ce temps, la société chargée de la gestion des salariés de mon mari a agi très efficacement, travaillant jour et nuit, pour faire avancer nos demandes de chômage partiel.
 - De son côté, l'expert-comptable avec laquelle je collabore ([ACL Consulting](#)), tout comme ma société de portage salarial ([RH Solutions](#)), ont envoyé de nombreuses informations concernant les annonces du gouvernement et ont appelé de manière systématique tous leurs clients pour prendre de leurs nouvelles et proposer leur aide.
- Vous devinez facilement qui ne sera bientôt plus mon fournisseur 😊

Bien sûr, je vous conseille de personnaliser le plus possible vos communications et de ne pas vous suffire d'un post sur les réseaux sociaux, un encart sur votre page web ou un e-mailing de masse. En ces temps difficiles, nous avons peur de déranger mais **un échange fait toujours du bien.**

Outils :

- Pour diffuser des messages vocaux (votre voix et votre numéro) sur les messageries de vos clients/prospects/partenaires pour prendre de leurs nouvelles et leur proposer de vous rappeler : <https://www.tlphone.fr/>
- Pour améliorer vos visioconférences, les précieux conseils de Ludovic Lecordier : <https://www.youtube.com/watch?v=TZHaijyQcR8&t=5s>

Quant à vendre pendant la crise, la question est épineuse et c'est à chacun d'y répondre avec ses propres besoins, ressources, services, secteurs et convictions mais oui, c'est possible. Parfois en adaptant ses produits/services, parfois en changeant de cible ou de canal de distribution. Chaque cas est différent.

Exemples inspirants :

- La société Antésite produit du gel hydro alcoolique en lieu et place de l'extrait de réglisse dont je me régale habituellement
- La ferme à côté de chez moi vend désormais l'essentiel de sa marchandise en direct, rencontrant des difficultés à écouler sa production auprès de ses grossistes habituels

*" La meilleure des prospections
est d'appeler un client pour ne rien lui vendre."*

Julie bodin, Directrice Bouge ta Boite

Conseil n°3 : sécuriser votre trésorerie

L'argent est le nerf de la guerre ? La bataille économique ne fait que commencer si l'on en croit les prévisions de récession. Il faut donc ménager votre monture et prendre soin de votre trésorerie.

Pour cela, tous les moyens sont envisageables. En tout cas, j'ai tout entendu dans les échanges que j'ai eu avec mes amis entrepreneurs :

- aides gouvernementales
- demande de prêt garanti par l'état (PGE)
- réduction des coûts (négociation et coupes dans les investissements et charges)
- augmentation des tarifs (je ne l'ai pas souvent entendu celle-là mais c'est arrivé)
- report des échéances quand c'est possible et négociation de délais de paiement
- négociation des délais de règlement et chasse aux impayés
- relance commerciale de vos anciens clients et de vos prospects (selon les cibles)
- privilégier vos activités les plus rentables
- vendre des bons d'achats et chèques cadeau

Je conseille surtout d'avoir une vision à court, moyen et long terme :

- combien de temps pourrez-vous tenir sans chiffre d'affaires ?
- quelles hypothèses de chiffre d'affaires pouvez-vous retenir ?
- quelle est la durée de votre cycle de vente et donc quelle sera l'inertie de votre rebond ?

Établissez un plan de trésorerie budget prévisionnel. Pensez dans vos prévisions à deux scénarii : un optimiste avec redémarrage immédiat et un plus pessimiste sans retour à la normale. **Pensez au pire et envisagez le prêt garanti par l'état.** Si c'est possible pour vous, voici pourquoi vous devriez y recourir dès maintenant :

- il un coût très faible (0% + 0,25% de garantie + assurance)
- il est aujourd'hui assez facile à obtenir (cela ne sera peut-être pas le cas dans 6 mois)
- il est une occasion unique d'envisager l'avenir avec plus de sérénité
- il est un moyen de maintenir les investissements indispensables à votre développement
- il est source de motivation en vous permettant de continuer à vous rémunérer

Liens utiles :

- la liste des mesures de soutien : <https://www.economie.gouv.fr/covid19-soutien-entreprises>

- Les réponses à vos questions sur une plateforme très efficace : <https://info-entreprises-covid19.economie.gouv.fr/kb>

(le recours à l'arrêt maladie est-il possible pour un travailleur indépendant ? Que prend t-on en compte dans le plafond de 60000 du fonds de solidarité quand la société a plusieurs associés ?...)

- Pour contracter un prêt garanti par l'Etat : <https://attestation-pge.bpifrance.fr/description>

Pensez aussi à vos experts-comptables et vos conseillers en gestion pour vous accompagner.

Mes bonnes adresses :

- Isabelle Emonet, consultante en gestion d'entreprise et stratégie financière pour vos plans de trésorerie et budgets prévisionnels : <https://www.ysalis-conseil.fr/>

- Céline Barral, directrice financière à temps partagé, accompagne les start-ups dans la gestion financière de la crise : <https://www.serenicel.com/>

Étape 2 : profiter du présent

Faites d'une contrainte une opportunité

MON EXPÉRIENCE

Alors que les 3 premières semaines de confinement ont été pour moi douloureuses, la lumière a fait son apparition, timidement, en 4ème semaine. Jusqu'à me dire en 5ème semaine que je pouvais vivre cette crise comme un cadeau. Non pas forcément au sens strictement positif du terme, mais au moins comme une expérience unique, inédite, qui ne se reproduira pas et dont chaque moment est, si non agréable, au moins intéressant.

Je ne sais pas ce qui ressortira de cette crise et comment seront les jours, les semaines, les mois ou les années d'après. Mais je sais que je peux profiter de l'instant présent au jour le jour en le vivant intensément.

L'idée ici est d'essayer d'aller au fond des choses, si on en a le temps et l'énergie. Comme beaucoup, j'ai commencé par faire du rangement dans la maison et puis je me suis attaquée à moi (et donc indirectement à mon activité) pour la nourrir en allant à la fois chercher à l'intérieur de moi et à l'extérieur.

Lâcher prise et accueillir

Vouloir sauver son entreprise peut devenir un combat éreintant, physiquement et psychologiquement. Bien sûr, il est évident que nous souhaitons tous aller de l'avant pour maintenir nos comptes à flots et sauvegarder ce qui peut l'être.

Mais j'ai aussi remarqué autour de moi que les entrepreneurs commençaient à aller mieux et à prendre de meilleures décisions quand ils relâchaient un peu le contrôle. **Accueillir le moment et accepter de ne pas savoir de quoi sera fait demain** et que cela ne dépend pas que de nous est salvateur. Cela n'empêche pas l'action mais relâche simplement la pression qu'on peut s'infliger à soi-même.

On sera ensuite ouvert à retrouver du sens à ce que l'on est et ce que l'on fait, à l'extérieur ou/et à l'intérieur de soi.

Conseil n°4 : (ré)interroger votre why

Lorsque les ressources (financières, humaines, matérielles...) sont réduites, il est indispensable de concentrer ses efforts sur l'essentiel.

On peut se dire que pour une entreprise, l'essentiel est de se focaliser sur ce qui est le plus rentable sur le moment. Mais je crois que pour trouver de la sérénité dans ce qu'on fait quand on est chahuté, on peut surtout tenter de **se reconnecter à son essentiel personnel**.

Pour moi, cela passe d'abord par des petites choses (des petits plaisirs) qui n'ont rien à voir avec votre activité et puis tranquillement, sans se forcer, on peut réfléchir à ce qui est important pour soi. Et **en quoi ce qui est important pour vous peut être utile au monde**.

Nous sommes là plus dans le développement personnel que dans le développement d'entreprise mais une fois encore, le chef d'entreprise est la pierre angulaire de son activité alors il doit être bien dans ses baskets pour permettre un développement serein.

J'ai découvert il y a quelques mois la méthode Ikigai, native du Japon, pour trouver sa mission de vie. En temps de crise, si vous vous sentez bouleversé, travailler sur cet outil peut aider. En tout cas, cela m'a aidé fin 2018 lorsque j'ai quitté mon emploi salarié.

Outils :

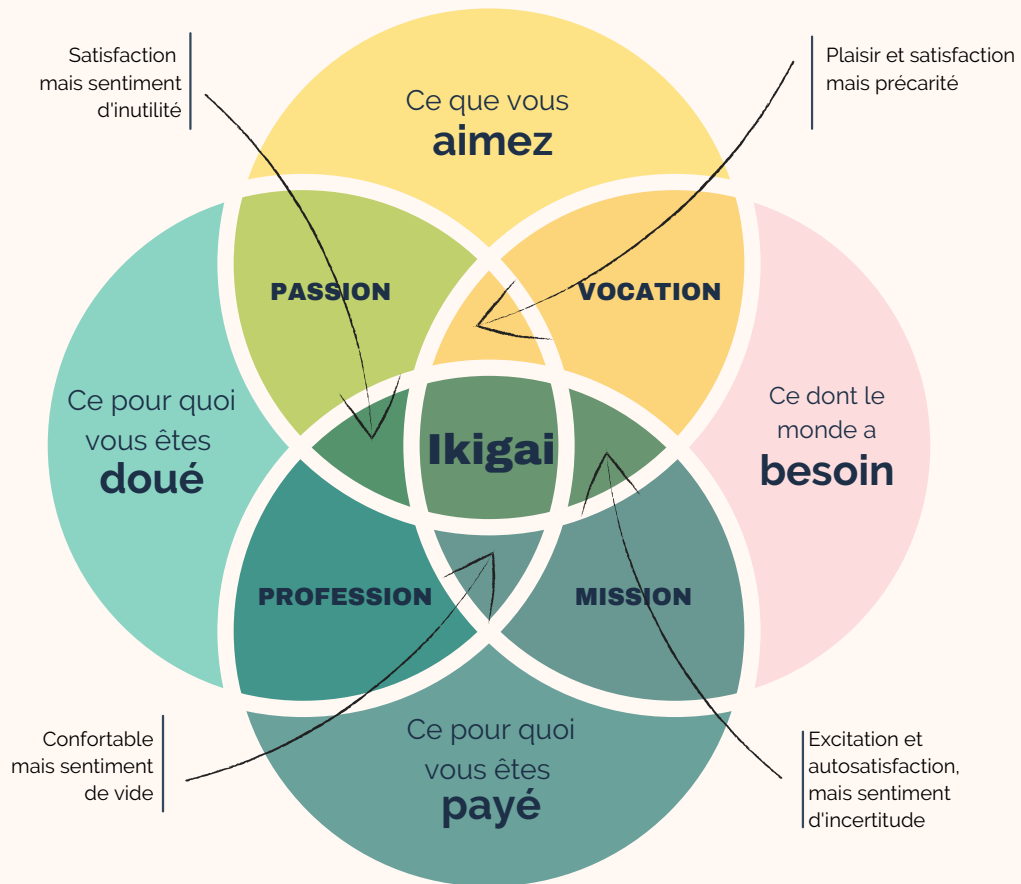
- La méthode Ikigai et ses origines

japonaises : <https://livre.fnac.com/a11266261/Hector-Garcia-La-methode-Ikigai-Decouvrez-votre-mission-de-vie>

- Les principes de la méthode par Cécile Banon,

coach Ikigai : <https://www.cecilebanon-coachikigai.fr/>

VOS CERCLES IKIGAI



Et maintenant ?

Si vous avez, comme moi, du mal à vous sentir utile ou/et du mal à vous concentrer en ce moment, privilégiez votre flow, ce pour quoi vous êtes doué. Faire ce que vous faites naturellement, sans effort, vous permettra :

- de gagner en énergie et en confiance
- d'être reconnu pour votre talent

Conseil n°5 : s'intéresser aux autres (mais vraiment)

Un autre moyen de profiter de ce temps suspendu est de s'ouvrir pour observer, apprendre, s'inspirer, se nourrir... de ce qui se fait d'ailleurs et de ce que font les autres.

Alors que la distanciation sociale est de mise, autant profiter de nos lucarnes sur le monde que sont les écrans mais aussi nos échanges véritables par téléphone, mail, visioconférence, messagerie...

L'idée ici est de s'intéresser aux autres sincèrement et sans a priori. Vous pouvez par exemple contactez vos fournisseurs, vos clients, vos prospects, des partenaires éventuels et même vos concurrents. L'objectif est d'**envisager les échanges sous un autre angle** que ce que vous avez l'habitude de faire. Vous pouvez aussi prendre de nouveaux contacts : certains professionnels peuvent avoir comme vous du temps à consacrer à ces échanges.

Vous pouvez aussi observer ce qui se fait sur les réseaux sociaux et lire la presse ou des ouvrages inspirants. Encore une fois, **l'objectif n'est pas de se comparer mais simplement de se nourrir**.

Enfin, si vous avez du temps, vous pouvez en profiter pour vous former : les offres sont nombreuses sur la toile dont des offres gratuites ou finançables.

Ouvrir le champ des possibles permettra peut-être de vous laisser entrevoir de nouveaux horizons, partenariats, cibles...

Lectures inspirantes :

- L'art de la victoire, Phil Knight (autobiographie du fondateur de Nike)
- Confessions d'un entrepreneur, Yvon Chouinard (fondateur de Patagonia)
- En avant toutes, Sheryl Sandberg (n°2 Facebook)
- Du labeur à l'ouvrage, Laëtitia Vitaud (où comment retrouver du sens)

BOUGE TA BOITE

Depuis 18 mois, je suis adhérente active du réseau business féminin Bouge ta Boite. Bouge ta Boite est un réseau 100% féminin qui s'appuie sur deux valeurs : le développement du business et beaucoup d'entraide. Les adhérentes, les bougeuses, se réunissent en cercles de 20 professionnelles avec une seule représentante par métier.

Le fonctionnement ? Une réunion appelée Bouge Up tous les 15 jours, au cours de laquelle les bougeuses (Membres de Bouge Ta Boite) s'entraînent à pitcher, présenter leur métier, trouver des réponses à leurs problématiques et obtenir des recommandations.

D'autres outils sont aussi mis à disposition des bougeuses : des duos, des ateliers éclairants, une page web pro, un réseau social dédié et des événements dont celui qui a eu lieu en janvier 2020 : Think big'Her. Nous étions alors 700 entrepreneures à nous réunir à Station F, le plus grand campus de start-ups du monde, pour réseauter et grandir ensemble au contact de nombreux invités inspirants.

Bouge ta Boite, c'est aujourd'hui 1300 bougeuses en France dont 110 en Isère.

Pour ma part, j'ai lancé un cercle au centre ville de Grenoble en octobre 2018 et je viens de lancer un cercle au sud de Grenoble.

Pendant le confinement, nous nous réunissons toutes les semaines en visioconférence afin d'accueillir les inquiétudes de chacune mais aussi de nous dynamiser et de penser des initiatives positives pour grandir ensemble et relancer nos activités. Au niveau national, Bouge ta Boite organise également de nombreux événements digitaux (webinaires, brainstorming...), temps d'échanges très enrichissants.

Plus que jamais, nous vérifions l'adage « ensemble, on va plus loin »

Pour en savoir plus : <https://www.bougetaboite.com/>

Bien sûr, de nombreux autres réseaux peuvent vous aider. a vous de trouver celui qui vous convient : CPME, Réseau Entreprendre, BNI, Syndicats et groupements métiers, CMA, CCI... Pour ma part, je suis également adhérente et bénévole de [GAIA](#), la plateforme initiative de l'Isère et je fais partie de deux associations d'entrepreneurs : [C'Crea](#) et [Club 120](#).

Conseil n°6 : partager généreusement

Je suis de celle qui pense qu'il faut donner pour recevoir. Et vice versa.

Si vous apprenez, si vous avez quelque chose à apprendre à votre communauté ou si vous pensez que vous pouvez l'inspirer, c'est le moment où jamais : la fréquentation du web et des réseaux sociaux a explosé.

Alors en misant sur les réseaux sociaux et **en vous rendant utile à votre communauté, vous générerez de la fidélisation, de la satisfaction et donc des recommandations.**

Votre communauté sur les réseaux sociaux peut également être votre clientèle de demain : pensez à garder le lien et à publier de messages vrais, utiles ou/et inspirants et positifs. **Avec des contenus pertinents, vous pourrez vous faire connaître, susciter l'intérêt, vous faire aimer... Et peut-être convertir.**

Bien sûr, il convient d'adapter vos messages : **on ralentit sur le côté commercial et on mise tout sur l'humain. Ne vous forcez pas, soyez authentiques et transparents : restez vous-même.**

Exemples de contenus qui m'ont inspiré ces dernières semaines :

- Hélène Gazull, société Comseo, propose un défi 30 jours / 30 minutes pour booster votre visibilité : <https://www.facebook.com/groups/644064146415308/>
- Nicolas Lanchou, Altitude conseil, anime un groupe entreprendre dans le conseil : <https://www.facebook.com/groups/179569046036241/>
- Lionel Clément, fondateur de Adopte ta com et expert du storytelling, propose chaque semaine des conférences sur le social selling et le storytelling : https://www.youtube.com/channel/UCMuV_FnUCgyubGGYckVHHng

En nourrissant vos réseaux sociaux, vous serez plus suivi et plus vous serez suivi, plus vous aurez de matière à analyser pour affiner vos statistiques et donc personnaliser vos contenus et donc mieux convertir... **Être sincère et généreux ne veut pas dire renoncer à tout objectif de vente 😊**

Conseil n°7 : affiner vos cibles et vos indicateurs

Si ce n'est déjà fait, mettez en place, automatisez ou optimisez vos indicateurs de performance. En y consacrant un peu de temps, vous aurez des données pour préparer votre stratégie pour l'après. Pour cela, utilisez notamment Google analytics et les rapports publicitaires des réseaux sociaux.

Exemples d'indicateurs à suivre :

- Nombre de visiteurs
- Taux de réactions (nombre de réactions / nombre de vues)
- Taux de rebond (nombre de clics / nombre de vues)
- Taux de conversion (nombre de ventes / nombre de vues)
- Coût par clic (coût investi / nombre de rebonds)
- Coût par vente (coût investi / nombre de ventes)

Vos données ainsi acquises vous permettront d'affiner vos objectifs, que ce soit de chiffre d'affaires ou de cible. Alors que vous avez pris le temps d'observer votre cible et d'analyser vos données, vous pouvez affiner votre persona ou avatar ou encore client idéal (voir page suivante).

En dehors de ces indicateurs marketing, vous pouvez également mettre en place, si ce n'est déjà fait des indicateurs commerciaux, financiers, organisationnels...

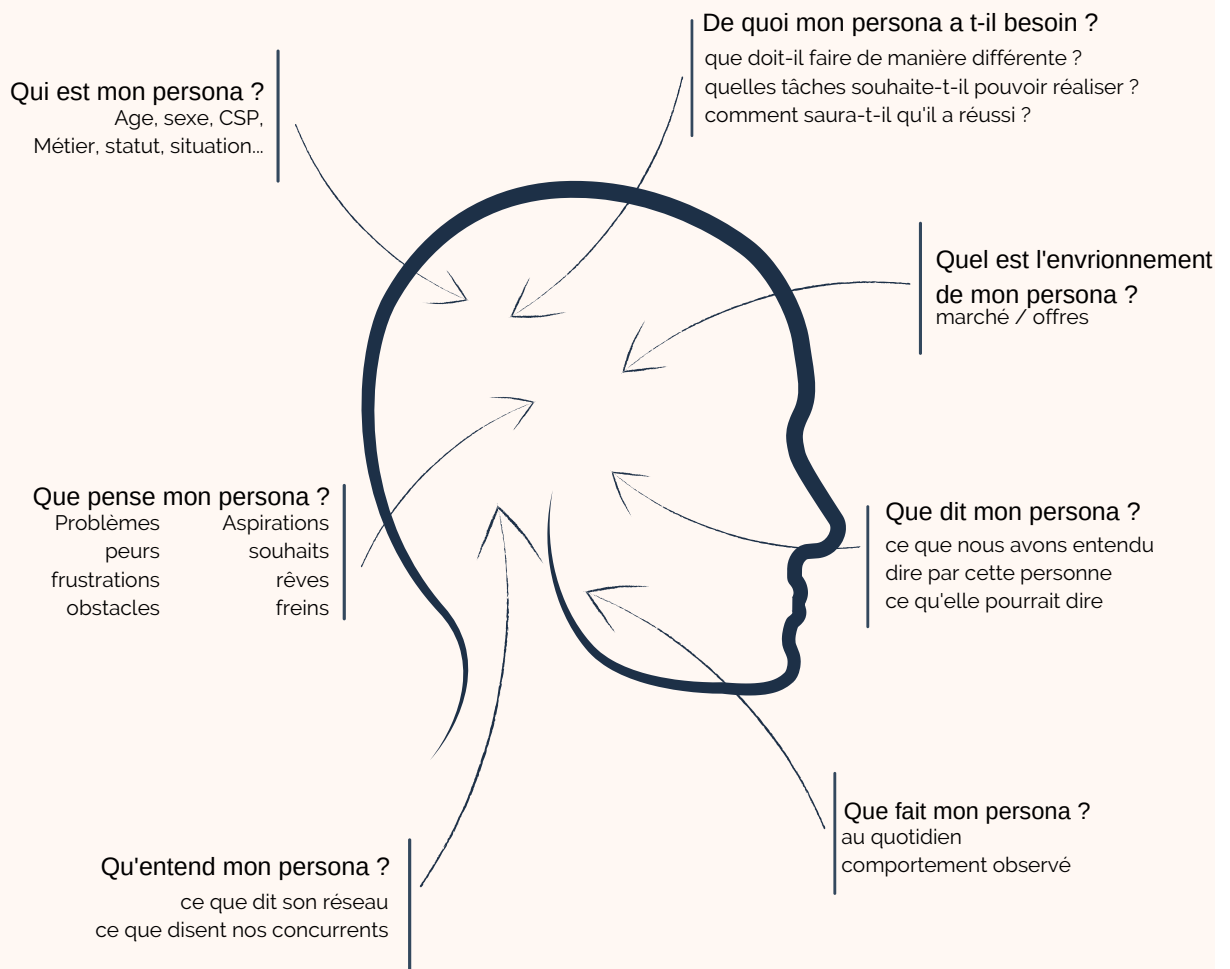
Poser des chiffres sur les faits aident à quitter le champ du ressenti et à retrouver de l'objectivité sur ses actions.

Ainsi, mesurez vos actions pour :

- Analyser vos résultats et les comparer aux prévisions
- Anticiper et corriger vos résultats sans attendre de vraies difficultés
- Arbitrer et prendre les bonnes décisions pour faire grandir votre entreprise.

En mesurant, vous gagnez en lisibilité de votre activité et de votre modèle économique. Vous pouvez aussi communiquer de manière claire et impactante auprès de vos équipes et de vos partenaires.

POUR DÉFINIR VOS PERSONAS



Et vous, qui sont vos personas ?

Étape 3 : préparer l'avenir

Lèvez les yeux au loin

Conseil n°8 : vous réinventer

Il me semble que les entreprises qui se sortiront de cette crise seront avant tout celles qui sauront s'adapter et se réinventer. En effet, selon notre cycle de vente et l'évolution de la situation, les répercussions de cette crise seront plus ou moins longues et importantes. Il faut donc nous adapter pour aller chercher de nouvelles cibles ou proposer de nouvelles offres.

Adapter l'offre

La première possibilité est d'adapter votre offre. Pour cela, travaillez sur toutes les étapes :

- Identifier la douleur / le problème actuel de votre client idéal
- Identifier l'avantage pour votre client à recourir à vos solutions
- Valider votre positionnement en vérifiant l'adéquation prix/service/contenu auprès de votre marché
 - Adapter votre offre en fonction des retours
 - Élaborer une stratégie de communication et de commercialisation pour cette nouvelle offre

Par exemple, on voit bien que cette crise met sur le devant de la scène certains secteurs : le digital, la cybersécurité, la santé, toutes initiatives solidaires et bien d'autres encore. **Ne réfléchissons plus à avant pour inventer le monde de demain.**

En mode collaboratif et vertueux, formons des équipes et organisons des hackathons pour imaginer nos solutions et propositions.

Écoutes inspirantes :

- Quand les coachs de La France Bouge sur Europe 1 inventent le monde de demain :
- Quand la dynamique Pauline Laigneau interroge des chefs d'entreprise au sujet de la crise :

Changer de cibles

Une autre idée est de changer de cible. Allez au plus simple, au plus direct, au marché qui a besoin de vous en ce moment. Un pivot qui peut être efficace.

Conseil n°9 : restructurer

Une fois votre offre ou votre cible repositionnée, vous devez bien sûr repenser toute la chaîne de production et d'acquisition.

Seules les entreprises qui sauront profiter de ce temps suspendu pour structurer s'en sortiront.

L'enjeu est donc de préparer l'après en s'appuyant sur vos forces, vos réflexions et vos actions.

Vos équipes ont travaillé pendant que 1/3 de la France étaient en chômage partiel ? Prévoyez des primes et des congés.

Vous avez fait des préventes et des bons d'achat sans livrer ? Adaptez vos plateformes logistiques pour expédier les ventes de maintenant et d'après.

Vous avez subi une fermeture administrative ? Anticipez la vague de commandes.

Vous avez vendu et livré beaucoup de produits ? Prévoyez l'après-vente et anticipez les ruptures de stock.

Et vous, quel sera votre plan d'actions ?

Conseil n°10 : flexibiliser votre vision

Au lieu de souffler et de reprendre notre routine une fois le 11 mai arrivé (ou autre date butoir de confinement), nous devons saisir l'opportunité qui se présente d'en tirer de précieux enseignements. Nous ne sommes pas à l'abri de récidives ou d'ondes de chocs en tous genres. Cette crise est l'occasion de premières améliorations. Restons sur cette voie. Afin de flexibiliser nos process, **entraînons-nous face au risque et à tout type de situation.**

Nous pouvons surtout garder à l'esprit :

- Une approche globale
- Une agilité au jour le jour

Par ailleurs, cette crise va peut-être transformer nos entreprises et notre société en profondeur. Je ne suis pas medium mais j'imagine assez **qu'il y aura un avant et un après alors autant s'y préparer.**

Je croise les doigts pour que chacun d'entre vous s'en sorte au mieux mais j'espère aussi un changement de nos façons de produire, de consommer, d'habiter et de nous déplacer, plus responsable et respectueuse de notre planète et de ses habitants.

J'espère que ces quelques conseils et idées tirés de nos échanges feront naître en vous l'envie pour développer votre entreprise pendant la crise. **Le monde vous appartient, le monde a besoin de vous !**

" Pour ce qui est de l'avenir, il ne s'agit pas de le prévoir, mais de le rendre possible."

Antoine de Saint-Exupéry

Portez-vous bien
et à très vite !

loretteglasson.fr



Lorette Glasson

Pour créer et développer votre entreprise