

Les 10 conseils de Nicolas Dessaigne d'Algolia aux entrepreneurs

Chausson Finance organise régulièrement des rencontres autour de personnalités reconnues de la finance et/ou de l'entrepreneuriat. Cette semaine, retrouvez les conseils du CEO et fondateur d'Algolia, Nicolas Dessaigne.

Temps de lecture : minute

15 octobre 2019

Republication du 3 octobre 2017

1. La culture d'entreprise doit être réfléchie le plus tôt possible dans la vie d'une société

> Il vaut mieux définir sa culture d'entreprise que la subir. Il faut y réfléchir intentionnellement très tôt pour la formaliser.

> La culture ne doit pas se définir par la façon de travailler, amenée à évoluer en même temps que l'entreprise. La culture d'entreprise permet de préciser les valeurs de l'entreprise et de ses salariés.

> Charge à l'entrepreneur d'être capable de partager sa culture d'entreprise, même quand la société grandit. S'il est facile d'avoir une culture forte avec dix salariés, c'est beaucoup plus compliqué dès lors que la société dépasse la vingtaine.

2. La levée de fonds est une étape clé qui se prépare

> Il est notamment recommandé de lire les blogs des fonds bien en amont de la levée de fonds, pour mieux cibler ceux à contacter.

> En plus d'être accompagné, l'entrepreneur se renforcera sur tous les termes juridiques d'une termsheet. L'entrepreneur maîtrisera ainsi tous les différents enjeux, jusqu'à devenir aussi expert que son avocat ! (Lire le livre *Venture Deals*, de Brad Feld et Jason Mendelson)

3. Pour les fondateurs, les investisseurs sont des *team members* à part entière

> Tout comme les investisseurs effectuent des *due diligences* sur la société, en tant qu'entrepreneur, il faut également réaliser des *due diligences* sur les investisseurs. Pour cela, il faut contacter les sociétés du portefeuille de l'investisseur, et notamment celle qui traversent des périodes difficiles afin d'évaluer le comportement de l'investisseur dans ces moments.

> Les investisseurs ne doivent pas être vus comme les patrons. Les dirigeants prennent les décisions eux-mêmes, après avoir consulté leur board en leur ayant exposé leurs challenges. Il est important de nouer une relation de confiance avec eux et d'être transparent.

> Il faut limiter le nombre de membres d'un board à 5-7 personnes. Le board est composé des fondateurs, des investisseurs mais aussi de conseillers indépendants.

4. Le succès d'une startup repose sur ses talents

> Valoriser les premiers employés est essentiel pour les fidéliser.

> Il est recommandé de disposer d'un pool conséquent d'actions ou BSPCE pour les employés, et ce à chaque levée de fonds.

5. Se doter d'un recruteur interne demeure primordial dès que l'on prévoit plus de 10 recrutements par an

> Le job de recruteur interne est un travail à plein temps : du sourcing des candidats, à la coordination du timing en passant par le training pour les salariés interviewers...

> Le recruteur permet également de maximiser l'expérience candidat, y compris pour les candidats refusés. Il s'agit de constamment donner envie aux candidats de rejoindre la société, car les meilleurs ont toujours le choix.

6. Pour assurer une diversité au sein de ses

équipes, il faut être pro actif

> Il est extrêmement difficile de ne pas s'enfermer dans son réseau et d'avoir de la diversité dans son entreprise.

> Pour attirer des étrangers, les dirigeants peuvent s'assurer de ne pas insuffler dans la société une culture franco française. De même, faire de l'anglais la langue courante est un atout.

7. En tant que CEO, il faut toujours chercher à apprendre

> Il est primordial de progresser en même temps que sa société. Charge à l'entrepreneur d'apprendre sans cesse : grâce à des blogs spécialisés, ou encore auprès des pairs ou mentors.

> Le scope du CEO est en constante évolution, notamment en fonction des priorités de la société. En période de levée de fonds par exemple, le CEO va y consacrer plus de la moitié de son temps.

> Ne jamais sous-estimer la responsabilité du recrutement, qui demeure clé dans le poste de CEO ; quel que soit la maturité de la société.

> Le temps est précieux pour un CEO. Il ne faut pas attendre des années avant de recruter un assistant. C'est un gain de productivité important, qui permet de se dégager plus de temps sur des sujets à forte valeur ajoutée.

8. L'ouverture d'un bureau aux États-Unis est nécessaire quand le marché est international

> Afin de réussir l'ouverture d'un bureau aux États-Unis, il est nécessaire de le faire progressivement. Il est recommandé de ne pas séparer trop tôt les équipes entre la France et les États-Unis. Il est important d'apprendre à travailler en asynchrone de par le décalage horaire.

> La concurrence est accrue aux US, et notamment en termes de recrutement ! Au niveau des équipes tech, garder les équipes en France est une bonne idée car les talents sont plus fidèles.

> Les premiers recrutements aux États-Unis sont souvent complexes, car il faut avoir un réseau sur place. Il est donc fort probable que les premiers recrutements aux US ne soient pas les bons. Attention toutefois, contrairement à ce qu'on pourrait penser, le licenciement peut parfois se révéler plus compliqué aux États-Unis qu'en France.

9. La mise en place de process sales est essentiel dans le développent de sa société

> Dans le cas où la société vend des produits " visuels ", il est recommandé de faire une démo du produit spécifique pour chaque client. Cela promet un *Waou Effect* qui assure 90% de la vente !

> Dans le cas où il est compliqué de faire une démo produit adapté, il peut être envisagé de vendre celle-ci sous forme de POC.

> L'équipe de vente doit être structurée rapidement. Cela se traduit par la constitution d'équipes de vente spécialisées (inbound/outbound, cible...)

10. Garder du temps pour penser au futur

> Il s'agit de la tâche la plus compliquée pour un CEO qui est trop vite happé par l'opérationnel. Cela ne requiert pas beaucoup de temps, mais n'est jamais vu comme une priorité. Il faut donc se forcer à en faire une priorité.

> Concrètement, cela consiste à organiser des moments entièrement dédiés, comme des offsites par exemple.

Article écrit par Nicolas Dessaigne