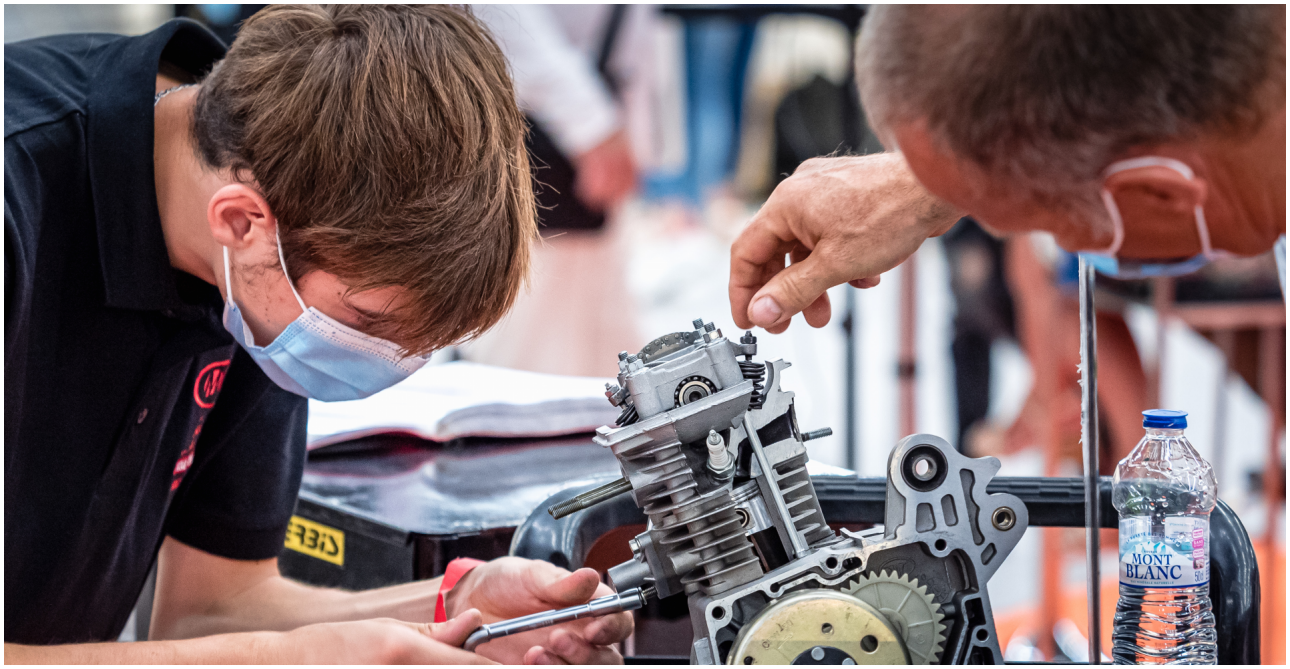
Recourir à des alternants : la fausse bonne idée des startups ?

Étoffer son équipe à moindre coût pour accélérer son développement, c'est la stratégie des startups. Une belle opportunité pour des jeunes en formation mais un pari qui ne s’avère pas toujours payant, ni pour les uns ni pour les autres.

Temps de lecture : minute

23 septembre 2021

Grâce au plan de relance de l’apprentissage permettant aux entreprises de bénéficier d’une aide pouvant aller jusqu’à 8000 euros lors de l’embauche d’un apprenti jusqu’au niveau licence et ce pour tout contrat d’apprentissage ou de professionnalisation signé avant le 31 décembre 2021, les startups auraient tort de ne pas envisager avec sérieux cette option dans leur stratégie de recrutement. Surtout lorsque l’on se lance tout juste et que tout reste à faire ! Des moyens financiers limités, un portefeuille clients des plus limités (si ce n’est inexistant !) et un projet restant à dérisquer. Financer des profils expérimentés devient alors un parcours du combattant. Rien d’étonnant donc à ce que les porteurs de projet de startups plébiscitent largement ce dispositif afin de déléguer une partie des missions du quotidien.



À lire aussi
Les aides à l'apprentissage sont prolongées jusqu'à la mi-2022

Oui mais… Si une startup a besoin de ressources, elle a aussi et surtout besoin d’un cap qu’il est essentiel d’avoir clairement défini avant d’embarquer qui que ce soit dans l’aventure. Or c’est là souvent que le bât blesse, lorsque, faute de temps, le créateur de startup attend de ses stagiaires, non pas qu’ils l’assistent, mais qu’ils le remplacent sur des fonctions stratégiques.

Un stagiaire n’est pas un expert

Aussi talentueux et dynamiques qu’ils soient, les alternants n’en demeurent pas moins des étudiants qui s’engagent aussi et surtout dans ces filières de l’apprentissage pour consolider leurs compétences et/ou acquérir une qualification professionnelle. Jeunes le plus souvent, ils ne disposent encore ni de l’expérience ni du réseau qu’on pourrait attendre d’un candidat plus qualifié recruté par d’autres voies et grâce à des moyens plus importants. Impossible donc de leur confier certaines missions, notamment celles en lien avec le commerce et la relation client,

comme le font trop souvent les startuppers issus du monde de la recherche ou de la Tech pour qui le marché reste une terre méconnue voire inconnue.

S'étant eux-mêmes assez peu frottés aux difficultés du marché et de la relation clients, ils ne mesurent pas forcément bien l'expertise nécessaire pour porter les premières démarches de prospection d'un projet ou initier une relation commerciale. Ils envoient donc sur le front, à leur place, dans des environnements complexes, des stagiaires ou alternants qui, bien que volontaires et impliqués, pourront donner l'impression aux prospects ainsi approchés qu'on ne les a pas pris au sérieux. Or, chacun le sait, ce premier contact est déterminant pour la suite de la relation et difficile (voire impossible) à rattraper lorsqu'il n'a pas été à la hauteur de l'ambition affichée.

Former un apprenti prend du temps

Recruter un alternant, c'est donc avant tout s'engager à lui apporter la formation et les compétences métier qu'il est en droit d'attendre dans le cadre de son contrat. Une exigence qui, parce qu'elle suppose une expertise du recruteur, interdit à ce dernier de confier à un alternant une mission s'inscrivant dans une dimension qui n'entrerait pas dans sa propre sphère de compétences.

Concrètement, recruter un apprenti commercial pour réaliser une étude de marché ou encore des démarches de prospection parce que l'on n'a aucune appétence pour ces questions ou que l'on préfère se concentrer sur la technique est un très mauvais calcul. D'autant plus que cela reviendrait, de surcroit, à oublier que former un alternant prend beaucoup de temps… qu'il sera très difficile de mettre à profit.

Montrer l'exemple, présenter les tenants et aboutissants, transmettre son savoir-faire et les bonnes pratiques : telles sont les clés permettant à

l’alternant de s’épanouir dans un environnement riche et grâce auxquelles l’entrepreneur pourra transformer un coût en profit. Intégrer un alternant ou toute ressource junior dans son projet s’avère bien plus efficace dès lors que l’on possède les compétences concernées par les missions du poste ouvert au recrutement. Certes, encadrer et accompagner l’alternant au quotidien prendra du temps mais un temps sur lequel l’entrepreneur pourra capitaliser par la suite.

À lire aussi
Comment les startups recrutent-elles leurs premier·e·s salarié·e·s ?

À chaque alternant, sa feuille de route

Pour transformer l’essai de l’apprentissage, il est donc essentiel pour le startupper recruteur de fournir le cadre qui permettra à l’alternant de prendre confiance, de s’épanouir dans sa mission et donc d’être productif et utile au projet d’entreprise. Ce cadre, c’est la feuille de route que le recruteur confie à l’alternant au moment de son recrutement. Véritable

plan d’action calibré dans le temps avec des objectifs à atteindre et des points d’étape réguliers, cette feuille de route doit être claire, concise et précise et s’accompagner de supports adaptés et éventuellement d’éléments de langage consolidés.

Autant d’éléments dont on ne peut attendre d’un apprenti qu’il soit en mesure de les fournir lui-même, surtout s’il se trouve plongé pour la première fois dans des environnements complexes, comme c’est souvent le cas dans les projets deeptech. Côté recruteur, cette feuille de route est également indispensable pour être en mesure d’évaluer la mission de l’apprenti et de voir si les objectifs initialement fixés ont été atteints.

L’astuce : recourir, d’abord, à des indépendants expérimentés

S’il est évident que, pour une startup, l’option alternant est effectivement intéressante en termes de coût, force est de constater que malheureusement la majorité de ceux qui y ont recours ne s’interrogent pas suffisamment sur ce qu’ils peuvent en attendre en termes de " retour sur investissement ". Or aussi peu cher que coûte un alternant, si son apport au projet n’est pas quantifiable, on est alors en droit de s’interroger sur l’intérêt de faire appel à lui.

Mon conseil pour les entrepreneurs tech désireux d’accentuer leur effort business est donc le suivant : consentir à un investissement de départ un peu plus important et privilégier, au moment d’élaborer sa stratégie, le recours à des profils expérimentés. Autrement dit des indépendants qui, du fait de leur parcours, bénéficient déjà d’un réseau qualifié. Rémunérés à la journée, ces derniers pourront co-construire avec l’entrepreneur une feuille de route et un plan d’action solide puis les mettre en œuvre... Résultats garantis.

À lire aussi
Le casse-tête de la rétention des talents externes

Ces bases posées, et si la collaboration s'avère efficace, ils peuvent ensuite devenir pour la startup des business partners, rémunérés à la mission sur la base d'un fixe et d'une prime variable à la réussite d'affaires. Et pourquoi pas, dès lors qu'ils possèdent les compétences nécessaires, leur confier la mission d'encadrer des alternants ou stagiaires dans le cadre de la feuille de route établie et contribuer à leur montée en compétences en vue d'un recrutement ultérieur plus pérenne. À bon entendeur donc : en matière commerciale, l'encadrement reste la clé et ce, à tous les étages de la fusée !

Evan Pereira, Executive Manager Market Access chez IncubAlliance

---

Article écrit par Evan Pereira