

Comment attirer ses premiers investisseurs grâce à un reporting mensuel ? [Bonus: template notion]

Souvent négligé au début d'une entreprise, le reporting est un outil précieux. Il permet de documenter, d'archiver, mais aussi d'attirer les premières personnes clés autour de son projet: Investisseurs, Premiers clients ; premiers utilisateurs, première communauté, premiers employés. Edouard Petit, CEO de Magma présente un template utile à tous les entrepreneurs.

Temps de lecture : minute

24 mars 2023

Quand je rencontre des entrepreneurs qui montent leur société, c'est la première chose que je leur conseille : faites un reporting mensuel de votre aventure dès maintenant. Souvent la réponse est sèche et laconique : "A notre stade ça ne sert à rien, on n'a pas d'investisseur, on n'a pas le temps pour ça et on n'a pas compte à rendre à personne (sic ☹️) ! "

D'expérience, les meilleurs projets dans lesquels j'ai investi ont toujours été ceux extrêmement bien documentés et reportés. Dès le premier mois de Magma, alors que ce n'était qu'un nom dans un carnet, avec Joris une des premières choses que nous avons fait : documenter nos réflexions, nos avancées dans un reporting.

□ D'abord pour vous, en tant qu'associés.

Le format du reporting va vous aider à y voir plus clair, un bon reporting c'est avant tout un carnet de bord qui permet de :

- Prendre du recul sur la société
- Donner une situation à date et de l'avancement à venir
- Définir le cap, donner la vision
- Apporter de la transparence

Même si ça vous paraît prématuré car vous n'êtes que deux et que c'est un side project (ce qui était notre cas sur Magma la première année), ça va vous aider à être plus consistant. Ce reporting va vous aider à :

1. Ancrer une vision commune pour le projet
2. Définir des objectifs et les échéances associées
3. Vérifier que vous avancez dans la bonne direction avec vos associés

C'est aussi un moment pour couper ; réfléchir ensemble et retourner dans les éditions précédentes. Est-ce qu'on avance dans la mauvaise direction ? Est-ce qu'on se voile la face ? Est-ce que depuis 3 reportings on a réellement avancé ?

□ Ensuite, pour construire une communauté autour de vous.

Au début d'un projet, on n'a rien à vendre, rien à offrir. Pourtant, on a besoin d'aide : de feedback sur nos propres réflexions, des premiers utilisateurs pour tester, des premiers clients pour valider la problématique, des premiers investisseurs pour financer.

Et à cette étape vous avez une chose qui a beaucoup de valeur : l'histoire de l'aventure que vous êtes en train d'écrire. Au début du projet vous

allez rencontrer plein de gens pour échanger sur vos idées. Pour maintenir engagé cette communauté le reporting est un super format.

C'est comme cela que l'on a procédé au début avec Joris. Au gré des rencontres, des échanges, des interviews avec de potentiels clients, on a ajouté les personnes à ce reporting que l'on envoyait périodiquement pour documenter de manière transparente nos avancées.

Chaque call intéressant se ponctuait par : "On documente nos avancées sur Magma dans un report, est-ce que tu souhaites le recevoir ?" Dans quasi-100% des cas les gens étaient OK pour suivre le projet. Après quelques mois, une quinzaine de personnes suivaient nos aventures.

C'est très difficile pour un potentiel client sur 1 call de décider de travailler avec une app en cours de développement ; ou pour un investisseur de mettre 10k€ dans une société à ce stade. Quand mois après mois, vous suivez les avancées du projet, les échecs aussi, c'est plus facile ensuite de s'engager pour faire partie intégrante de l'aventure. Une relation de confiance se construit. Vous bâtissez votre crédibilité, votre "track record". Grâce à cette première communauté, on a eu :

- Plus d'une centaine de mises en relation
- Nos premiers clients
- Nos premiers investisseurs

□ Le report (voir template ci-dessous)

Ce report est inspiré de plusieurs reports que je reçois en tant qu'investisseur. J'ai essayé de garder la structure la plus pertinente, la plus simple et aussi celle qui nous correspondait le plus sur Magma (SaaS HR tech). Vous pouvez le copier et l'adapter en fonction de vos besoins.

□ La structure.

Avant toute chose faites-le pour vous. Donc définissez les points qui sont importants pour vous, pour mesurer votre progression, l'avancement. Essayez d'être le plus court possible, le plus simple à lire : en 5 min on doit savoir comment va la boîte, où vous en êtes, où vous allez. Soyez précis et chiffrez quand vous pouvez.

Dans ce template, on structure de la façon suivante :

Pitch;

Une phrase simple pour présenter votre projet. Un reminder de ce que vous faites. Ca permet aussi facilement à un personne recevant le report de vous faire une intro.

Dashboard* (optionnel);

Si vous avez déjà un suivi de vous metrics sur forme de graph, de dashboard, cela facilite la lisibilité des données et permet également de se projeter dans le temps;

Cash;

Situation en terme de cash. Cette donnée est déterminante, en ouvrant votre report on doit savoir en un coup d'oeil l'état de votre trésorerie.

- Combien j'ai actuellement sur le compte en banque ?
- Combien j'ai dépensé ce mois-ci ?
- Combien de mois me reste-t-il ?

Metrics clés (3max);

Identifiez 3 données pertinentes dans votre activité à ce moment du

projet. Ca doit être vos “North star metric” elle doivent vous permettre de savoir si l’activité est en croissance ou non.

- Activité de vos produits,
- Activité de vos services,
- Usage des utilisateurs,

Faits marquants (3max);

Identifiez 2 à 3 faits marquants qui se sont déroulés pendant la période. Inutile de mettre tout ce que vous avez fait, vous allez vous retrouver avec une liste infinie de choses inutiles à partager.

- Soyez transparent : vos succès, vos échecs, vos enseignements.
- Soyez clair et court !

Besoins à venir / aide attendue (2max);

Vos actions ou événements à venir et surtout comment les gens peuvent vous aider. Cette partie est clés, si vous avez besoin d’aide, c’est ici que vous allez pouvoir demander clairement comment.

Remerciements;

N’oubliez pas de remercier les personnes qui vous ont aidé. C’est la base de la communauté de mettre en lumière les personnes actives, le noyau dur.

□ La transparence.

C’est bête à dire mais c’est la clé. Soyez transparent et sincère dans vos analyses. Ne vous mentez pas à vous-même. Partagez les bonnes et les mauvaises nouvelles, ça vous aidera à aller dans la bonne direction. C’est aussi comme que vous allez créer un environnement de confiance avec

les personnes autour de votre projet. Dans tous les cas, la réalité du terrain vous rattrapera et la trésorerie également...

□ La fréquence.

À vous de définir la fréquence la plus pertinente. Généralement le format mensuel est intéressant car en 4 semaines on a le temps de faire des choses et d'analyser les premiers résultats. Si vous commencez en side project, un report trimestriel peut suffire.

Voici le template que utilisé par Magma (à copier/coller)

Article écrit par Edouard Petit, CEO Magma