

International, RH, pricing... 10 conseils aux entrepreneurs français

Spécialiste de la levée de fonds, Chausson Finance organise régulièrement des rencontres autour de personnalités reconnues de la finance et/ou de l'entrepreneuriat. Cette semaine, retrouvez les conseils de Julien Coulon aux entrepreneurs.

Julien Coulon est cofondateur et directeur général de Cedexis. La pépite française, considérée comme « l'aiguilleur du Net », a été rachetée en février 2018 par l'américain Citrix, spécialiste de l'optimisation de l'efficacité des réseaux informatiques.

1 – La solitude du CEO n'est pas une fatalité

Le CEO avisé choisira un coach pour progresser. Ce dernier l'aidera à prendre du recul et à échanger de manière objective et bienveillante sur les axes d'améliorations possibles.

2 – L'Asie présente de nombreux avantages par rapport aux Etats-Unis

Il est généralement plus facile de faire du business en Asie qu'en Amérique du Nord. Les potentiels clients locaux sont plus enclins à s'extasier devant des technos françaises que ne le font les américains.

Les coûts d'implémentation et de développement sont bien plus faibles – le canal de vente étant souvent indirect.

Last but not least, l'entrepreneur n'a pas l'obligation d'habiter sur place – au contraire des US où c'est un prérequis pour réussir.

3- Le démarrage à l'international est plus facile qu'on ne le pense

Rien ne vaut un court déplacement dans le pays visé pour humer l'atmosphère et les possibilités d'y faire du business.

Un VIE est une solution efficace et économique pour planter des drapeaux à l'étranger.

La Frenchtech, Business France et Systematic sont des organismes très utiles pour se déployer à l'international. Le top du top étant d'être invité lors d'un voyage présidentiel.

4 – Le meilleur moyen de conserver des équipes humbles ? Le doute

Attention aux articles de presse trop élogieux sur la société, cela peut entraîner des comportements de divas au sein des équipes. L'idée est de toujours maintenir un niveau de doute en interne.

En parallèle du point précédent, l'entrepreneur adoptera une attitude « salariés first » avant même de se focaliser sur les clients. En faisant preuve de grande bienveillance, la productivité et l'ambiance de travail s'en trouveront bonifiées.

5 – L'ADN des commerciaux n'est pas celui que vous croyez

Egoïstes les commerciaux ? Une idée reçue ! Il suffit de déterminer des primes d'équipes et non plus individuelles pour déclencher une série d'effets positifs : plus d'échanges de bonnes pratiques, meilleur suivi des clients même lorsque certains commerciaux sont en vacances...

6 – Attention au « 5° sud-est » : la définition du cap grâce au marché

Rien de pire pour l'entrepreneur que de se défocaliser. 5° trop à l'est. 5° trop au nord, et la société n'atteindra jamais son but. Encore faut-il bien définir son cap.

L'idée est de rencontrer 50 sociétés potentiellement clientes. Ensuite, il faut analyser les points communs entre celles pouvant devenir les meilleurs clients : facile à signer et rémunérateurs. Charge à l'entrepreneur d'opter pour ce cap et de le suivre.

7 – Le recrutement d'une nouvelle personne doit être décidé par l'ensemble de l'équipe

Qui de mieux pour valider ceux qui travailleront au quotidien avec le nouvel arrivant ? Les validations de recrutement doivent se faire lors d'un dernier rdv impliquant toute l'équipe concernée.

8 – L'implication des salariés doit se matérialiser de différentes manières

L'implication via des stocks : que le patrimoine de chacun soit corrélé à la bonne santé financière de la société

L'implication à travers les problèmes : Certains problèmes seront plus

facilement réglés via une concertation commune avec les équipes

9 – Le pricing est tout un art

Notamment auprès des corporates, le pricing est un art. Charge à l'entrepreneur et son équipe de définir un pricing attractif et en même temps assez complexe pour générer des upsells et éviter une négociation trop frontale sur le coût total de la solution. Par exemple, l'expérience montre que les frais de support sont peu négociés par les corporates.

9 – Choisir son VC : le « tip » infaillible

Tout le monde s'accorde à dire que la personnalité de l'investisseur est clé. Comment évaluer les personnalités? Le truc infaillible est d'appeler leurs participations. Pas n'importe lesquelles. Celles qui ont rencontré de sérieuses difficultés au niveau business puisque c'est dans les moments délicats que se révèlent la vraie nature humaine.

Article écrit par JULIEN COULON