

Développeuses et développeurs : les erreurs à éviter quand vous créez votre startup

Se lancer dans l'aventure entrepreneuriale peut être aussi grisant qu'angoissant. Pour faire les choses correctement, il suffit cependant d'adopter quelques bonnes pratiques élémentaires pour éviter les erreurs des personnes qui débutent.

Temps de lecture : minute

12 septembre 2020

Republication du 20 mars 2019

Rien ne sert de courir, il faut partir à point. Les développeuses et développeurs qui créent leur entreprise feraient bien de s'en souvenir ! Quitter les starting-blocks trop rapidement pourrait les disqualifier pour faux départ. " *Les profils qui ont un bon bagage technique sont habitués à produire, analyse Marion Legros, directrice déléguée de l'école SUP'Internet. C'est en produisant qu'ils ont l'impression de faire avancer leur projet.* " Mais ce n'est pourtant pas en alignant les lignes de code que celui-ci prendra forme - du moins, pas les premiers temps.

Commencez par le commencement : les fondations. " *Il est important de se poser, de réfléchir,* souligne Marion Legros. *C'est comme pour un mémoire, il faut d'abord trouver une problématique et penser à une solution. L'idéal étant de définir sa cible pour pouvoir faire un état des lieux du marché, estimer son potentiel et réaliser un premier benchmark.* " Cela peut paraître contre-intuitif pour celles et ceux qui voudraient se lancer dans le grand bain. Mais cette étape vous fera pourtant gagner un temps précieux : développer une solution pour un problème que vous avez mal défini vous obligera à repartir de zéro.

Être monomaniacque

Vous aimez le webmarketing et vos amis aussi ? Deux bonnes raisons de... ne pas vous associer. D'abord parce que l'entrepreneuriat n'est pas un projet de vacances : " *Il faut bien s'entendre, mais pas être simplement amis* ", rappelle la directrice de SUP'Internet. Ce qui doit présider à la constitution de votre équipe - de choc, cela va sans dire, c'est la complémentarité des profils. " *Entreprendre en solitaire oblige le fondateur ou la fondatrice à cumuler les compétences : marketing, développement, gestion de projet...* " À l'impossible nul n'est tenu, mais autant maximiser vos chances en combinant les expertises.

Au-delà de faciliter la répartition des missions et des tâches, cela vous permettra aussi d'éviter

bien des écueils. " *Les profils techniques négligent trop souvent la dimension business : ils oublient de garder un œil sur la concurrence ou le marché, se préoccupent trop peu de l'UX (expérience utilisateur, ndlr)* ", regrette Marion Legros. Au contraire, les profils commerciaux délaissent la technique, qui constitue pourtant l'essentiel de l'innovation. Croiser vos connaissances et vos expériences apparaît nécessaire pour contourner les obstacles les plus évidents.

Recruter à la va-vite

Vous avez certes évité le piège de constituer une équipe fondatrice monomaniacale, mais ne vous y trompez pas : en matière de ressources humaines, le danger guette à chaque recrutement ! À vous de faire les bons choix pour que votre projet reste sur les rails. Si la première personne salariée de l'entreprise est souvent une ou un ancien stagiaire, soyez bien conscient de ce que cela implique. " *Quelques fondateurs et fondatrices préfèrent recruter un stagiaire pour gérer la partie technique du projet parce qu'il ou elle coûte moins cher que des développeuses et développeurs seniors, soupire la directrice de SUP'Internet. Cela peut être payant comme ce peut être une grosse erreur si la personne n'est pas assez impliquée dans le projet.* "

Attention aussi à ne pas vous improviser influenceuse ou influenceur si vous n'avez pas un minimum de fibre créative ou une diplomatie à toute épreuve. " *Les réseaux sociaux peuvent se révéler très puissants si l'on sait les utiliser à bon escient. Mais le retour de bâton peut être extrêmement violent si l'on n'assure pas. Et ce n'est pas parce qu'on utilise Facebook tous les jours qu'on a la fibre d'une ou d'un community manager !* " Recruter un profil adapté vous évitera un bad buzz, lequel peut-être particulièrement handicapant en phase de lancement.

Se montrer perfectionniste

Non, le perfectionnisme n'est pas une qualité ! Et il vous en coûtera cher de croire le contraire. La première version, ou V1, de votre produit porte bien son nom : personne ne s'attend à ce qu'elle soit parfaite. Ne vous compliquez donc pas la vie inutilement. " *Les premières personnes clientes et les investisseurs potentiels ont besoin d'un prototype ou d'un site vitrine pour prendre conscience de la solution, explique Marion Legros. Mais ces personnes n'exigent pas un vrai produit ou un service millimétré.* "

Mettez vos meilleurs profils créatifs sur le coup pour donner à votre site ou à votre produit un ADN suffisamment marqué pour être également marquant lors de vos premiers pitches. Et n'hésitez pas à parler de votre idée, voire même à montrer votre V1. Cela vous permettra d'obtenir de premiers retours pour pouvoir ensuite affiner les fonctionnalités proposées ou vous débarrasser de certaines erreurs techniques. Une attitude plus constructive que de garder votre concept pour vous de peur qu'on ne vous le pique... Rappelez-vous qu'une idée en soi a peu de valeur, c'est dans son exécution que réside le vrai trésor !

Ne penser qu'aux spécialistes

Une fois votre V1 finalisée viendra le temps de chercher vos premières sources de financement, d'aller ferrer vos premiers investisseurs. Et si cette première esquisse suffit à leur laisser entrevoir un potentiel, il faudra justement réfléchir à celui-ci si vous ne voulez pas vous faire mettre à la porte au bout de quelques minutes. Ayez un temps d'avance et pensez déjà aux fonctionnalités complémentaires que vous pourriez développer afin d'augmenter la taille de votre marché.

" Préparez un planning prévisionnel solide, qui comprend la date de lancement de la version bêta, de la version finale et les objectifs de développement de nouvelles fonctionnalités ", anticipe Marion Legros. Une seule contrainte : vous y tenir ! Respecter cette première feuille de route rassurera autant vos investisseurs que les premières personnes de votre clientèle, créant un cercle vertueux qui vous mènera vers le succès.

Négliger l'accompagnement

Mais si vous pensez y arriver en solo, autant vous prévenir : si ce n'est pas impossible, c'est en revanche périlleux. Et c'est d'autant plus dommage de s'y risquer quand l'on sait que, ces dernières années, de nombreuses structures sont venues enrichir l'écosystème pour soutenir les entrepreneures et entrepreneurs. Et ce quel que soit le stade de développement de leur entreprise. *" Il est important de bien choisir son accompagnement, par exemple pour traiter des problématiques liées à la fiscalité ou au droit, estime la directrice de SUP'Internet. Mais aussi, plus tard, pour gérer le développement international du projet. Certains marchés, comme la Chine, sont très compliqués à adresser sans l'aide d'une ambassade ou d'une chambre de commerce. "*

Autre vertu de l'accompagnement : vous permettre de vous créer un réseau. Cela multiplie les chances qu'on s'intéresse à votre produit. De quoi vous donner envie de passer plus de temps dans des événements dont vous ne distinguez pas, à première vue, l'intérêt. *" Les entrepreneures et entrepreneurs pensent souvent que c'est du temps perdu, pourtant cela fait partie du business, tranche Marion Legros. Il est difficile d'en calculer le retour sur investissement... sauf une fois que l'on en voit les résultats ! "*

Intégrer des communautés d'entraide, des réseaux ou des clubs d'entrepreneures et d'entrepreneurs, tout comme vous attacher aux services de structures dédiées peuvent être des moyens efficaces d'accélérer votre développement... et d'éviter de commettre ces erreurs fatales pour votre projet. Dans cette optique, le [Groupe Ionis](#) a fondé [Ionis 361](#) pour accompagner les créatrices et les créateurs de startups. À bon entendeur...



À lire aussi
IONIS 361, le premier incubateur de startups généraliste et
multi-écoles

Maddyness, partenaire média de Ionis Group.

Article écrit par Maddyness, avec Ionis Group