

«L'essentiel, ça reste un client qui paye!»

Un bon entrepreneur doit d'abord scruter son environnement - Les conseils de la «House of Entrepreneurship»

LUXEMBOURG
EM

Entretien avec Nicolas Fries, «Business manager» à la «House of Entrepreneurship».

Que faut-il faire pour créer de la croissance pour son entreprise?

NICOLAS FRIES Déjà, on distingue deux types de porteurs de projet. Les porteurs de projet en cours de création d'entreprise et ceux qui possèdent déjà une entreprise et voulant l'étendre. Dans les deux cas, les problématiques centrales sont les mêmes. Quand on veut faire croître une entreprise, il y a deux grandes questions à se poser. La première: pourquoi je le fais? Autrement dit: avoir une vision stratégique du projet que je veux mettre en œuvre: définir où l'on veut aller et le chemin pour y arriver. C'est-à-dire avoir une vue maîtrisée sur les éléments humains, stratégiques, financiers dont j'aurais besoin. Et s'assurer que le schéma de croissance va m'apporter ce que je veux (de l'argent, de la reconnaissance sociale, plus de temps, travailler plus sur mon cœur de métier, etc).

La deuxième interrogation: où suis-je et où est-ce que je vais? En gros: ai-je les reins financiers assez solides pour avancer? Là, déjà, il faut être conscient de ses besoins, être en mesure de les évaluer. Car ce n'est pas quand on est en difficulté qu'on peut aller voir quelqu'un pour un prêt d'argent. C'est vraiment au tout début...

Quand on dit: «Voilà, on veut faire ce projet, on veut le développer. Voulez-vous nous soutenir?». Si on prend quelqu'un dans la construction, lorsqu'il se lance, il va faire des chantiers, avance le prix des matériaux, certains clients vont payer en retard, etc. À terme, l'entrepreneur est payé, mais il y a plusieurs mois où il doit faire vivre sa société et arriver à manger. Il faut donc être en mesure d'estimer ses besoins financiers pour générer la croissance et s'assurer qu'il y aura quelqu'un pour les financer (banquier, partenaire, sa propre épargne).

Quels sont les pièges à éviter quand on conduit son entreprise vers la croissance?

FRIES L'erreur à ne pas commettre, c'est de se concentrer sur toutes les activités de support (investir dans un site web, cartes de visite, etc). Je ne dis pas qu'il ne faut pas le faire, mais la première chose à effectuer quand on veut croître c'est de s'assurer qu'il y a un marché, qu'on va répondre à un besoin et qu'il y aura des gens qui sont d'accord pour payer pour ce service. Ensuite, on vérifie que tout ça est rentable. Et ce,



Nicolas Fries est «Business manager» à la «House of Entrepreneurship»

Photo: HoE

avant d'investir. Ça a l'air de couler de source mais dans la pratique, on est noyé dans le quotidien, on travaille énormément, on se concentre sur tellement de

ses idées et d'avoir des personnes qui vous donnent leur input, leur avis. Sans oublier de se remettre en question. Avoir une première approche, essayer quelque chose et

puis de l'adapter.

C'est souvent difficile car ça veut dire travailler dans le vide au début. Mais Rome ne s'est pas faite en un jour, et Facebook n'a pas été Facebook du jour au lendemain...

«La première chose à effectuer quand on veut croître c'est de s'assurer qu'il y a un marché»

NICOLAS FRIES, «Business manager» à la «House of Entrepreneurship»

bruits de fond qu'on peut en oublier parfois l'essentiel. Et l'essentiel, ça reste un client qui paye!

Le business d'aujourd'hui a-t-il changé par rapport au business traditionnel?

FRIES Avant, on créait son projet dans son garage. On bossait dessus pendant un moment et lorsqu'on le sortait, ça pouvait faire «boom».

Aujourd'hui, je dirais que la clé du succès, c'est au préalable d'obtenir l'information, la structurer, puis discuter, rencontrer des gens, ne pas avoir peur d'aller challenger

Comme le marché est de plus en plus concurrentiel, c'est aussi de s'assurer d'être différent, de se démarquer par le prix (typiquement le hard discounter Aldi avec son slogan «La meilleure qualité au meilleur prix»), l'exclusivité (économie du luxe), etc.

Regardez, par exemple, les food trucks qui ont émergé au Luxembourg il y a 2-3 ans. Il n'y avait rien de révolutionnaire en soi mais c'était juste la bonne idée au bon moment!

www.houseofentrepreneurship.lu



Un tas de conditions à prendre en considération pour gravir les échelons

Photo: EM

CRÉATION OU CROISSANCE D'ENTREPRISE

«Sécuriser ses choix stratégiques»

«Quand on imagine une création d'entreprise ou une croissance (donc une entreprise existante qui veut se développer), il y a plein d'aspects dont il faut tenir compte», explique Nicolas Fries, de la «House of Entrepreneurship». Il faut notamment s'assurer que financièrement mais aussi juridiquement ça ira. Comment? «En faisant en sorte que les conditions générales de vente soient bien rédigées. Idem pour les contrats avec les partenaires. Et là on a besoin d'un avocat ou encore déposer un brevet, un modèle, des droits d'auteur, une marque pour protéger sa propriété intellectuelle. Ce sont tous des éléments sur lesquels l'entrepreneur peut agir pour sécuriser ce qu'il a créé. Typiquement, nous, à la House of Entrepreneurship, on va répondre aux questions générales ou qui entrent dans notre domaine d'expertise et mettre la personne en relation avec nos partenaires de l'écosystème entrepreneurial luxembourgeois, comme par exemple l'IPIL (Institut de la propriété intellectuelle Luxembourg).»

EM