



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

Pour Nicolas Fries, de la House of Entrepreneurship, un bon entrepreneur doit d'abord scruter son environnement

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

Nicolas Fries, Business manager à la House of Entrepreneurship: 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 veulent l'étendre. Mais dans les deux cas, les problématiques centrales restent 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 davantage 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 l'exemple de quelqu'un qui se lance dans la construction, il va faire des chantiers, où il avance le coût des matériaux, certains

clients payent un peu en retard, etc. A terme, l'entrepreneur est payé, mais il y a plusieurs mois où il doit faire vivre sa société et arriver à manger. Donc il faut être en mesure d'estimer ses besoins financiers pour générer la croissance et s'assurer qu'il aura quelqu'un pour les financer (banquier, partenaire, épargne personnelle).

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

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 seront d'accord pour payer pour nos services. Ensuite, on vérifie que tout ça est bien rentable. Et ce, 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 bruits de fond, des éléments qui sont du support, qu'on en oublie parfois l'essentiel. Et l'essentiel, ça reste un client qui paye!

Le business actuel a-t-il changé par rapport au business traditionnel?

Avant, on créait son projet dans son garage. On bossait dessus pendant un moment et lorsqu'on le sortait, des fois par chance, 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 ses idées, et d'avoir des personnes qui vous donnent leur input, leur avis et de se remettre en question. Avoir une première approche, essayer quelque chose et puis l'adapter.

C'est souvent difficile car ça veut dire travailler dans le vide au début. C'est un peu chaotique. Mais Rome ne s'est pas faite en un jour, et Facebook n'a pas été Facebook du jour au lendemain... Comme le marché est de plus en plus concurrentiel, il faut aussi 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

Maison ouverte

Ouverte depuis octobre 2016, au Kirchberg, la House of Entrepreneurship est une structure de soutien. Elle propose ainsi toute une palette de services de conseils, d'assistance et de prise en charge de certaines formalités aux entrepreneurs, débutants ou confirmés, aux différentes étapes du cycle de vie d'une entreprise. Des soutiens ouverts à frontaliers comme résidents.