

L'AVENIR
est fait de rêves et de projets

Livre Blanc sur l'Entrepreneuriat
by Julien Déniel

RDV GRATUIT : <https://calendly.com/julienдениел>

Prêt pour une petite lecture de 20 minutes ?

"Un livre blanc (white paper en anglais) est un outil de communication se positionnant comme un guide pratique pour son lecteur" journaldunet.fr

Je m'appelle Julien, je suis diplômé d'un Master Entrepreneurat après une Licence d'Economie.

Aujourd'hui, j'aide et j'accompagne les entrepreneurs et les entreprises à se créer, à se développer et à se scaler, car je crois que l'avenir est fait de rêves et de projets.

Voici mon guide et ses conseils pour sauter le pas et entreprendre seul ou à plusieurs.

Internet est une ressource sans fin pour vous aider à créer votre entreprise ou votre société. Tous les cas de figure sont différents.

C'est la raison pour laquelle, ce livre blanc permet simplement d'avoir une vision pour oser franchir le pas. Ce n'est surtout pas exhaustif car c'est un sujet de discussions et d'interactions. L'humain a une place centrale dans mes projets et ça doit l'être dans votre création d'entreprise.

- 1 - Démarrer votre projet
- 2 - Pourquoi votre projet
- 3 - Soyez votre projet

Être entrepreneur, c'est d'abord avoir un état d'esprit, un mental et une volonté qui permet de développer ses compétences sans cesse, pour améliorer son business, et réussir à vivre de son activité.

Pour développer son activité, il faut donc développer son mental.

Comment ? Restez cohérent avec vos convictions. Vos convictions permettent de vous investir et de dépasser vos peurs pour franchir le pas vers l'entrepreneuriat. Mais aussi, de mieux communiquer. (Chap 2)

Dans tous les cas, vous allez vous tromper. Mais c'est normal ! Plantez-vous, résolvez le problème, avancez et ne **perdez pas de temps**.

"Le mieux est l'ennemi du bien"

1 - Démarrer

Ne perdez pas de temps au stade préliminaire du projet.

Se lancer dans les recherches pendant des jours, des nuits pour rédiger un Business Plan détaillé est d'une part, un exercice difficile et d'autre part, spéculations.

Néanmoins, un Business Plan est un document de vente et un outil incontournable à la levée de fonds, car il est demandé par les investisseurs.

Je peux donc vous accompagner, quand vous avez besoin de prendre du recul sur la faisabilité du projet et quand vous devez présenter un document solide et abouti devant les investisseurs.

Par ailleurs, le document est aussi utilisé pour convaincre les banquiers donc il est utile, mais...

Si les deux cas ci-dessus ne vous concerne pas, ne perdez pas de temps avec un Business Plan, car l'analyse du marché, vos amortissements à trois ans ou votre TOWS vont sans cesse évoluer. Ce n'est que de la spéculation, des prévisions ! Ne prenez pas des jours et des jours pour avoir des milliers d'informations.

Selon les conseils d'un serial-entrepreneur nommé *Eric Larchevêque* et de notre expérience, ce qui compte vraiment, c'est de savoir combien d'argent vont rentrer dans votre trésorerie et combien vont en sortir.

Le meilleur outil pour vérifier la faisabilité de votre projet est la feuille Excel ou le Google Sheet, tout le monde l'a.

Au lieu de passer des jours à spéculer, prenez une soirée pour valider votre projet et gardez votre temps pour le plus important, trouver des clients. Comme disait bien *Rabelais* "L'argent est le nerf des affaires".

Le Business Plan change continuellement, vous pouvez donc affiner votre modèle au fil des semaines avec l'expérience client, l'expérience du marché que vous acquérez. Ici, nous pouvons parler de *Nelson Mandela* qui dit "Soit tu réussis, soit tu apprends", c'est exactement ce qu'il faut comprendre.

Attention, je ne dis pas qu'il faut être "dingue", être entrepreneur c'est être un vigilant mesuré !

Vous, nous, aventuriers, prenez des risques, lancez-vous des nouveaux défis et soyez audacieux. L'audace est la premier ferment de l'entrepreneuriat, car c'est un état d'esprit que vous devez avoir pour sans cesse innover pour votre entreprise.

Prenons comme exemple, *Corentin Denoed*, un des co-fondateurs de *Wijet*, une société de Taxi-Jet fondée en 2009. Aujourd'hui en 2020, *Wijet* est un acteur majeur de l'aviation d'affaire en Europe. Pourtant quand *Wijet* recherchait des fonds pour se développer, *Corentin* entendait le même réponse : "Vous ne connaissez rien à l'aviation, on est en pleine crise, c'est une folie de lancer une compagnie de jets privés maintenant".

Sans courage, il n'y a pas d'audace, sans l'audace, vous ne connaîtrez jamais votre sort entre l'échec et la réussite.

Corentin et tous les entrepreneurs ont une vision.

Une vision est portée par votre intuition et par votre intention. Elle est un pilier qu'il faut développer comme un muscle. Ce muscle est aussi appelé le mental, élément clé contre l'indisponibilité.

Avoir une vision portée par l'intuition va permettre de visualiser les besoins sur le marché implanté. Le client n'est pas forcément conscient de son besoin. C'est à vous d'être "visionnaire" pour comprendre le besoin de celui-ci.

Si j'écoutais ce que mon marché me disait, je n'aurais pas inventé la voiture, mais des chevaux qui courent plus vite - Henry Ford

L'intention, quant à elle, est primordiale. Elle permet d'avoir un processus de décision cohérent avec votre vision. Et sans elle, vous courez tout droit à l'échec.

Certes, votre vision peut évoluer au cours de ses expériences (*tout comme le Business Plan expliqué ci-dessus*) mais votre vision va permettre de vous fixer un plan d'action, une stratégie et des objectifs.

Votre vision permet de prioriser et d'améliorer votre investissement dans votre projet. Ne l'oubliez jamais, c'est votre ligne directrice pour ne pas vous perdre.

Maintenant que vous souhaitez démarrer, il faut convaincre !

Passée la faisabilité de votre projet et passé la vision, vous n'avez plus qu'à avancer le pas. Comment ? **Avec le pitch**. Il renseigne ton interlocuteur sur ton projet, sur ton produit de façon rapide et clair.

Un pitch est une courte synthèse entre 1 à 3 minutes. Il vous sert d'argumentaire réduit, avec l'intention d'avoir l'effet "Youahou".

Vous l'avez compris, c'est un exercice auquel il faut se préparer. Aujourd'hui, en tant qu'entrepreneur, vous allez devoir vous préparer, vous entraînez derrière ce fameux miroir, comme une poésie. Que ce soit pour présenter le projet, convaincre un auditoire, faire le buzz, trouver des partenaires, des clients ou des fonds, il faut se préparer et écrire vos textes.

Mais, alors... Comment convaincre et persuader en seulement quelques minutes ? Comment faire mouche en un minimum de temps ?

Personnellement, j'ai écouté, vu, de nombreux pitches, celui qui m'a fait "Youahou" est Breton, il est Rennais, il est engagé, et c'est un pitch d'une minute à la télévision chez BFM Business. C'est *Quentin Ory*, fondateur des Mini Mondes.



Vous avez votre vision, votre projet, votre pitch et vous n'arrivez toujours pas à dormir ? Vous ne savez pas par où commencer ? Vous avez peut-être peur de vous confronter aux clients ? Bref, vous commencez à douter !

Ne vous inquiétez pas, un entrepreneur doute ! Mais vous seul pouvez transformer votre idée, en entreprise où comme dirait *Eric Larchevêque* :

"Transformer l'impossible en possible".

Prenez votre courage, votre énergie, votre ambition, votre détermination, votre persévérance et vous irez de l'avant.

Un dernier conseil pour démarrer, faites vous accompagner. Par vos proches, votre comptable, votre banque, par des associations d'entrepreneur ! Ne restez pas seul, la solitude est l'ennemie de vous-même car vous allez vous mettre des œillères. Il est nécessaire de confronter ses idées...

De la même manière, trouver un bon coach business dès le début permet d'éviter les erreurs trop grossières. (coucou, je suis là)

Car si la lecture de conseil a un intérêt, rien ne peut remplacer l'humain dans l'entrepreneuriat.

Next

Pourquoi créer et surtout pourquoi ce business ? **Pourquoi vous faites ça alors que ça existe déjà ?** Pourquoi ? Ces questions, vous entrepreneur, vous les avez entendu des milliers de fois. Non ?

Je recommence. Pourquoi vous proposez ce produit, pourquoi ce marché ? Pourquoi vous faites comme ça et non comme ceci ? Et **pourquoi vous vous lancez dans l'entrepreneuriat ?**

Les bonnes réponses ne sont donc pas écrites dans votre "Business Plan", comme je vous l'ai dit dans le chapitre 1, le business plan initial ne sera jamais le même quelques mois après votre lancement. Être son propre patron n'est pas non plus la bonne réponse. Ce n'est pas non plus parce que c'est votre passion (en fait ça dépend).

La question du pourquoi est beaucoup plus profonde et la réponse relève de la biologie, une découverte de Simon Sinek, un conférencier britannique, auteur de livres sur le management et la motivation.

2 - Pourquoi

Traité en 2011, si vous regardez une coupe du cerveau humain, vous le verrez séparer en deux parties :

- Le néocortex, notre cerveau d'homo sapiens qui est responsable de toutes les pensées rationnelles et analytiques.
- Le système limbique, qui est, quant à lui, responsable de tous nos comportements humains comme l'émotion, mais aussi de toutes nos prises de décisions.

La partie du néocortex correspond au "WHAT" et la partie limbique qui correspond au "HOW" et au "WHY", du "Cercle d'or".

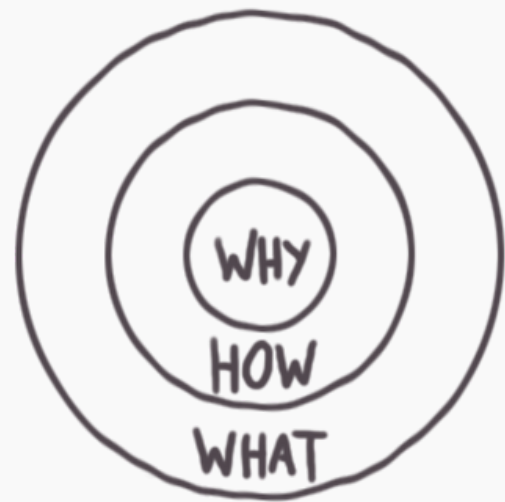
Alors, comment faut-il communiquer **auprès de notre cible** ?

Il faudrait mieux connaître notre **WHY** (*pourquoi je fais ça, quelle est ma cause*) pour espérer faire du Business ? ou est-ce que je dois communiquer par mon produit, mon WHAT ? Si vous commencez à communiquer par le WHAT, votre cible va comprendre une grande quantité d'informations comme les caractéristiques de votre produit, ses fonctionnalités, son prix, ses bénéfices. Mais cela n'induit pas à l'acte d'achat, car cela n'induit pas de comportement.

La partie qui contrôle votre comportement n'est pas votre cœur, mais bien le système limbique, la partie du cerveau qui contrôle la prise de décision.

Comment expliquer pourquoi les choses ne se déroulent pas comme prévues ? Ou mieux, comment expliquer pourquoi les autres sont capables de réussir ce qui semble défier toutes nos attentes ?

Simon Sinek explique que la bonne manière de communiquer, pour être capable d'inspirer ceux qui les entourent ou de trouver ceux qui les inspirent où les autres échouent, est appelé "Le Cercle d'or".



L'exemple le plus parlant est celui d'*Apple*, car beaucoup d'entre nous utilisent Apple et tout le monde connaît. Si *Apple* était comme tout le monde, un de leurs messages publicitaires pourrait ressembler à ça : "Nous faisons des ordinateurs formidables. Ils sont magnifiquement dessinés, faciles à utiliser et conviviaux. Vous en voulez un ?" Bof. Pourtant, beaucoup d'entrepreneurs communiquent de cette manière, c'est comme ça qu'on apprend à vendre, c'est comme ça que le marketing est fait...

Voici la véritable manière dont Apple communique : "Dans tout ce que nous faisons, nous **croions** à la remise en cause du statu quo. Nous **croions** en une manière différente de penser. Notre manière de remettre en question le statu quo est de rendre nos produits magnifiquement "désignés", faciles à utiliser et conviviaux. Et il se trouve qu'on fait des ordinateurs formidables. Vous en voulez un ?" Ouiiii et nous sommes des milliards à avoir acheté *Apple*.

Cela prouve que vos clients n'achètent pas ce que vous faites, ils achètent pourquoi vous les faites. Cela prouve que les grands leaders communiquent d'abord par le WHY comme étant leur cœur de communication, puis par le HOW comme le moyen de véhiculer leur cause et enfin par le WHAT, en évoquant leur produit et/ou leur service.

Regardez *le Slip Français* ? Regardez *Respire* et *Justine Hutteau* ? Les entreprises qui cartonnent ont derrière eux, une communauté qui croient en leur raison ultime.

L'objectif n'est pas de vendre à tous ceux qui ont besoin de votre produit ou service. **L'objectif est de faire des affaires avec les clients qui croient en ce que vous croyez.** Et en prime, ils seront fidèles dans le temps.

Nous reprenons l'exemple de *Respire* et *Justine Hutteau*. Pourquoi selon vous, leurs déodorants naturels ont fait un buzz ? Pourquoi elle développe des produits différents comme la crème solaire ou le shampoing solide ? Et pourquoi elle n'élargit pas leurs gammes de déodorants naturels ?

La réponse du pourquoi est dans vos croyances. Quel est le sens de votre mission, quel est votre conviction profonde, la cause ultime... pour que nous soyons prêts à vous suivre dans votre aventure entrepreneuriale.

Croyez-en-vous, en votre projet et cherchez votre pourquoi, votre **WHY**.

Ne dites pas "J'ai un plan" comme les politiciens, dites "J'ai un rêve" comme Dr King. Tout simplement car c'est plus facile à croire.



Next

Larousse “une action par laquelle une chose advient à la réalité” s’appelle **l'effectuation**.

Il y a 20 ans, la chercheuse indienne *Saras Sarasvathy*, universitaire américaine et spécialiste de la théorie des opportunités à travailler sur **l'effectuation dans le monde de l'entrepreneuriat**.

5 principes qui sont encore aujourd’hui d’actualité, représente le comment de la prise de décision chez les entrepreneurs.

Comment développent-ils leur business ?
Comment arrivent-ils à créer de nouveaux produits, à pénétrer de nouveaux marchés et à innover sans cesse ?

Ses réponses sont parfois évidentes, les entrepreneurs sont des personnes formidables, des super-héros aux capacités à la MARVEL, visionnaires, charismatiques, capable d’entraîner une communauté derrière eux.

FAUX

Je ne suis pas d’accord, chacun a les capacités de réussir s’il se donne les moyens.

3 - Soyez le pilote

Voici les 5 principes pour être le pilote de son activité :

- **Démarrer avec ce qu'on a :**

" *Que puis-je faire avec ce que j'ai sous la main ?* " Ne partez pas du néant, mais de ce que vous avez, de ce que vous connaissez et de qui vous connaissez.

Vous avez réalisé cette étape, désormais, vous connaissez les moyens et les ressources dont vous disposez, même limités. Mais, quels effets obtenir à partir de tout ça ? C'est avant tout et encore une fois, une question d'audace : se lancer.

Il n'y a pas de profil type pour entreprendre, vous n'avez pas besoin d'avoir une histoire personnelle au travers de votre vision, de votre produit, il ne faut pas non plus de dons spéciaux.

Il faut juste sauter le pas, dépasser la peur.

- **La perte acceptable :**

La peur est un sentiment normal. Mais, vous devez agir en "perte acceptable", définissez votre risque acceptable.

"*Que suis-je prêt à perdre si le projet ne décolle pas ?* " L'objectif de ce principe est de ne pas agir en fonction d'un gain attendu "*Je fais ça, car je vais gagner cela...*".

Pour entreprendre, agissez en fonction de la perte que vous êtes prêt à subir "*C'est acceptable pour moi.*"

En contrôlant ce risque, vous vous libérez. Si votre premier produit ou service est un échec, vous pouvez continuer et trouver la solution car vous n'avez pas tout perdu.

- **Le patchwork fou :**

Un principe social auquel le développement de l'engagement des parties prenantes (clients, fournisseurs, associés, employés) est important, pour vous apporter des ressources primordiales.

Vous devez vous demander "*Je suis bloqué, qui peut m'aider ?*". Ce principe met en avant la nature sociale de l'entrepreneuriat. Vous pouvez vous imaginer souvent que l'entrepreneur réussit seul mais ce n'est qu'une apparence.

L'entrepreneur se conçoit d'abord comme un meneur d'hommes, une personne qui sait s'entourer et qui s'entoure.

Il n'y a pas de réussite sans des parties prenantes qui apportent des compétences complémentaires.

- **La limonade :**

La grande idée n'est pas à l'origine du projet, car elle évolue, elle se développe au fur et à mesure du temps (en gardant votre vision, même si celle-ci peut évoluer, comme nous l'avons vu au Chap 1).

L'idée de la limonade est d'exploiter le zeste de surprise en opportunité. Les événements de la vie, bons ou mauvais, vont se présenter et à ce moment il faut en profiter. Ce n'est donc pas obligatoire de tout prévoir.

"Lorsque la vie vous donne des citrons, faites de la limonade"

- **Soyez le pilote de l'avion :**

Agissez sur votre environnement et transformez, changez les méthodes, les modes, les processus, ne subissez pas, soyez le pilote et créez.

Les 5 principes de l'effectuation résume qu'un entrepreneur cultive son agilité et sa résilience.

Vous devez être capable de vous adapter aux changements, de faire face aux aléas de la vie et continuer à avancer dans la bonne direction, la vôtre.



Next & Fin

Mon dernier conseil est d'avoir un plan B avant de se lancer dans l'entrepreneuriat.

Même bancal, il va vous permettre d'avoir le recul nécessaire à la prise de risque.

Ainsi, vous vous facilitez les démarches pour mettre en avant votre projet et de garder votre créativité !

Il n'y pas de créativité avec la peur. Par conséquent, ayez une solution de repli pour une vie plus saine sans vous endetter !

Il y a beaucoup d'alternatives, de règles à appliquer pour rester optimiste et serein.

Venez discuter, nous vous expliquerons comment *Pôle Emploi* est devenu la plus grande aide à l'entrepreneuriat en France !

Merci beaucoup de m'avoir lu !

RDV GRATUIT
en visio avec Julien :

<https://calendly.com/juliendeniel>

Livre Blanc sur l'Entrepreneuriat
by Julien Déniel

RDV GRATUIT : <https://calendly.com/juliendeniel>
07 81 11 56 35