

JE ME LANCE DANS L'ENTRE PRENEURIAT

POUR LES JEUNES AFRICAINS

*Ce qu'il faut savoir avant de se lancer dans
la création d'entreprise*



Je ne saurais pas commencer ce document sans remercier Dieu, qui chaque jour me donne ce souffle de vie sans lequel je cesserai d'exister.

Merci !

Je remercie également tous ceux qui m'ont soutenu, et encouragé dans la rédaction de ce document. Je tiens à remercier particulièrement mes amis, Jay, Jemima, et Lydie qui n'ont ménagé aucun effort dans la correction de ce document.

Merci !

Je n'oublie pas de remercier tout mon entourage, vous qui me façonnez au quotidien, par vos conseils et en étant mes modèles immédiats. Merci pour votre patience à mon égard et pour votre amour.

Merci !

06

UNE IDÉE N'A PAS DE VALEUR

12

MESUREZ LES RISQUES, PRÉPAREZ VOUS

08

VOTRE IDÉE DOIT RÉPONDRE À UN BESOIN RÉEL

13

FAITES COMME NICK FURY, FORMEZ LES AVENGERS

09

IDENTIFIEZ VOTRE CLIENTÈLE

14

CRÉEZ ET DÉVELOPPEZ UN RÉSEAU

10

CONNAISSEZ VOTRE CLIENTÈLE

15

ENTOUREZ-VOUS DES BONNES PERSONNES

16

PRENEZ CONSEIL AUPRÈS DU MEILLEUR DANS LE DOMAINE

17

CONCLUSION • À PROPOS DE MOI IN FINE

SOMMAIRE



édito

Savez-vous qu'en 2017, 560 millions de dollars ont été investis dans des startups Africaines ? Et tenez-vous prêt... En 2018, ce chiffre a progressé de 108%, soit 1 milliard 163 millions de dollars qui ont été octroyés par des investisseurs à des startups Africaines !

En l'espace d'un an, l'investissement dans les startups Africaines a doublé. Et c'est énorme ! Cela nous révèle qu'en Afrique, beaucoup d'Africains ont compris et sont en train de saisir les opportunités pour créer leurs startups. Énormément de startups voient le jour sur le continent. Or, vouloir créer son entreprise sans se préparer et sans prendre en compte certains facteurs peut vous coûter très cher en temps, et le temps, est la ressource la plus précieuse dont vous disposez. Cela peut vous coûter très cher également en termes de finance et d'énergie.

Chères Lectrices,
Chers Lecteurs,

Créer une entreprise, c'est comme aller en guerre. Vous ne pouvez pas vous lever tout d'un coup parce que soi-disant vous avez eu l'idée du siècle et vouloir gagner la guerre.

J'aime ce passage dans la bible qui dit :

“ En effet, si l'un de vous veut bâtir une tour, est-ce qu'il ne se met pas d'abord à réfléchir en toute tranquillité ? Il calcule à combien elle lui reviendra et s'il a les moyens de mener son entreprise à bonne fin. Sans quoi, s'il n'arrive pas à terminer sa construction après avoir posé les fondations, tous les passants se moqueront de lui...” (Luc 14 : 28-29)

Penser que l'on peut bâtir une entreprise à succès simplement parce que l'on a une idée révolutionnaire est une fausse idée de l'entrepreneuriat que beaucoup de gens ont.

Au travers de ce livre, j'aimerais vous partager quelques points à prendre en compte avant de vous lancer dans la création d'entreprise, des points que j'ai eu à comprendre, souvent à mes dépens, au cours de mes aventures, de mes lectures et au contact de plusieurs personnes.

Bonne lecture !



Un jour, dans une entreprise où j'avais eu à travailler, j'ai eu une idée d'entreprise. J'étais tout excité, c'était l'idée du siècle, l'idée qui allait me rendre riche.

Il s'agissait de mettre en place une place de marché de mise en relation entre clients et artistes.

À l'époque je ne savais pas que cela existait déjà. Je pensais être le premier au monde à avoir cette idée géniale. J'étais pressé de créer la plateforme et de la rendre opérationnelle. C'est bien après que j'ai appris qu'il n'y en avait non pas une, mais plusieurs plateformes de ce genre. Grande fût ma déception lorsque je l'ai découvert. Mais ce qui est bien, c'est que j'ai beaucoup appris entre temps.

Donc, comme premier point, ce que vous devez comprendre et en faire votre base, c'est que votre idée n'est rien d'autre qu'une idée.

1.

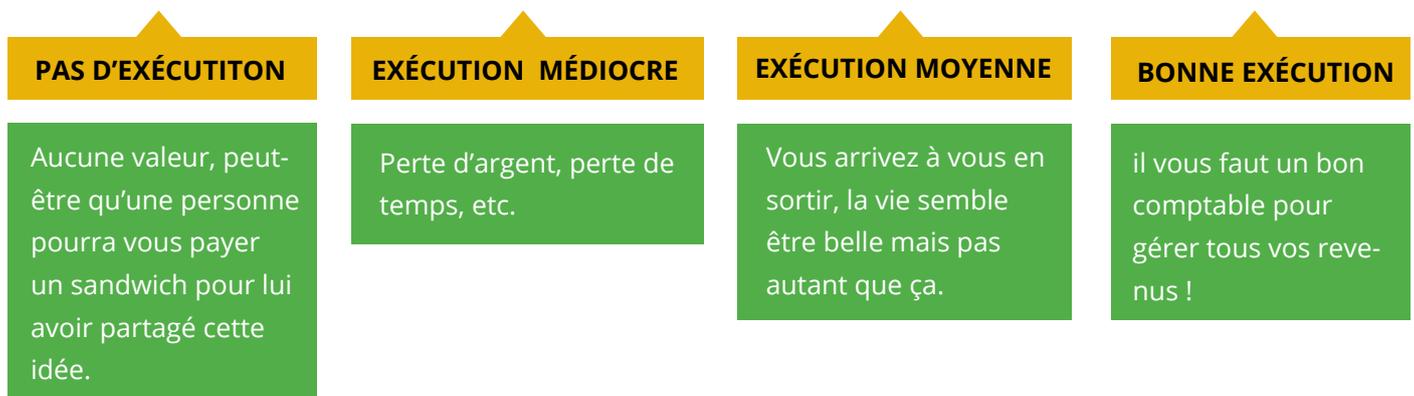
UNE IDÉE... N'A PAS DE VALEUR

Avez-vous déjà essayé de payer vos factures avec votre idée géniale ? Quelle que soit l'idée que vous aurez ou que vous avez, elle ne vaut rien tant que vous ne l'aurez pas exécuté. Arrêtez de croire que vous serez millionnaire parce que vous avez eu une bonne idée. Redescendez sur terre. C'est ce que vous ferez de l'idée et comment vous le ferez qui donnera de la valeur à cette idée.

“Arrêtez de croire que vous serez millionnaire parce que vous avez eu une bonne idée.”

Vous avez quatres (04) possibilités de résultats lorsque vous avez une bonne idée :

BONNE IDÉE



Vous l'aurez compris, le succès de votre projet dépend de l'exécution que vous ferez. Lorsque vous avez une bonne idée, écrivez là en premier lieu. Ne la gardez pas en tête, mais écrivez là. Ça vous permettra de mieux visualiser votre idée. Ensuite, travaillez

dessus, pour la peaufiner et l'affiner. Vous devez être en mesure d'expliquer clairement votre projet en quelques lignes à un novice. Faites des recherches pour savoir si une personne a déjà exploité votre idée, si oui, alors renseignez-vous sur cette entreprise, analysez comment cette idée a été exploitée et servez-vous de ces informations pour ajouter une valeur à votre idée.



2.

VOTRE IDÉE DOIT RÉPONDRE À UN BESOIN RÉEL !

Si vous voulez créer une entreprise pour gagner de l'argent, faites pause. Notez ceci et ne l'oubliez jamais : **Ne cherchez pas à gagner de l'argent mais répondez aux besoins d'une clientèle qui peut vous payer suffisamment pour avoir répondu à leur besoin.** C'est une différence de taille. La personne qui va entreprendre pour gagner de l'argent, sera concentrée sur l'argent, sur les revenus, tandis que celle qui va entreprendre pour répondre aux besoins des clients sera focus sur ces derniers et cherchera constamment des solutions adaptées. Sa démarche sera influencée par sa motivation à satisfaire sa clientèle et l'argent, comme j'aime le dire, ne sera que la récompense pour avoir résolu un problème.

Le meilleur moyen de savoir si votre idée répond à un besoin, c'est de la confronter au marché. Vous devez tester votre idée.

"L'argent n'est que la récompense pour avoir résolu un problème."

3

IDENTIFIEZ VOTRE CLIENTÈLE !

À moins que vous vouliez faire du bénévolat, vous devez être en mesure d'identifier **les personnes qui seront capables de payer pour bénéficier de la solution que vous leur apporterez**. Et même dans le cas où vous voulez faire du bénévolat, vous devez aussi être en mesure de vous adresser directement aux personnes qui ont besoin de cette aide que vous leur apportez. Sinon quoi, vous allez gaspiller beaucoup d'énergie inutilement à faire de la publicité par ci et par là sans pour autant toucher les personnes qui doivent être atteintes.

Le piège, c'est de se dire que notre solution est destinée à tout le monde. Vous savez, tout le monde peut avoir besoin de vos services un jour, une fois en passant, d'autres de temps en temps ou occasionnellement. Et si vous misez sur une communication non ciblée pour atteindre tout le monde, eh bien vous aurez dépensé beaucoup d'argent pour des gens qui ne viendront qu'une fois ou deux dans l'année pour solliciter vos services.

Dans une entreprise, ce que l'on doit chercher, c'est l'engagement.

Vous devez fidéliser une clientèle. Ce sont ces clients fidèles qui vont générer des revenus à votre business. Et vous êtes d'accord que vous ne pouvez pas fidéliser tout le monde à moins que ce que vous apportez soit une solution vitale. Par exemple, si votre ville ou votre village n'a pas d'eau et que vous voulez mettre en place un système de distribution d'eau potable, et bien là vous pouvez fidéliser toute la ville où tout le village parce que tout le monde a besoin d'eau. Mais dans le cas où vous apportez une solution dont beaucoup de gens peuvent se passer, ne ciblez que ceux pour qui votre solution est nécessaire. Votre clientèle cible doit reconnaître qu'elle a besoin de ce produit. Votre clientèle cible doit être celle qui va utiliser constamment vos produits.



“
Dans une entreprise, ce que l'on doit rechercher, c'est l'engagement.”

4. CONNAISSEZ VOTRE CLIENTÈLE

Après avoir identifié précisément votre clientèle, vous devez maintenant la connaître. Si vous voulez bien vendre votre produit, le fait d'identifier la clientèle n'est pas suffisant. Identifier la clientèle vous aidera à savoir à qui vendre votre produit ou service. Connaître la clientèle vous aidera à savoir comment vendre votre solution.

Vous devez avoir une base de données sur les habitudes de consommation de votre cible et sur toute information qui pourrait vous aider à élaborer une stratégie marketing pour votre produit. Le but de cet exercice est d'avoir à la fin ce qu'on appelle en marketing "un persona" ou "buyer persona". Le persona est une représentation imaginaire de votre client cible idéal. Cela consiste à créer un personnage fictif avec un profil très détaillé afin de le rendre le plus réel possible. Vous pouvez même lui donner un visage humain pour correspondre au plus à la réalité.

Etant donné que tous vos clients n'ont pas les mêmes goûts, les mêmes besoins, les mêmes envies ou les mêmes comportements, il est important de les segmenter, c'est-à-dire de les classer en fonction de différents critères (socio-démographique, nature psychologique, comportement, etc.).

Donc il faudra créer non pas un, mais des personas qui vont correspondre à tous les segments de votre cible.

BON à Savoir

Il se peut que vous vouliez vendre une solution à une cible qui ignore encore le besoin de consommer votre produit et de faire appel à vous. C'est possible. Ou alors vous vouliez élargir votre cible auprès d'une clientèle qui ne semble pas s'intéresser à votre solution. Dans ce cas, si vous connaissez bien votre clientèle, vous pouvez créer le besoin chez votre cible. En réalité, on ne crée pas vraiment le besoin, mais on fait comprendre qu'il y a un manque, et le besoin naît d'un manque.



Henry Ford, fondateur du constructeur automobile Ford, devint l'un des hommes les plus riches et connus de son époque grâce à cette méthode. Il eut une idée ingénieuse : raccourcir les journées de travail. Etrange, n'est-ce pas ? La raison derrière ce choix, était qu'il voulait simplement que ses employés découvrent pendant leur temps libre qu'ils avaient vraiment besoin d'une voiture pour faire ce dont ils avaient toujours rêvé. Ce fut un succès. Henry Ford vendit plus de voitures et augmenta ses revenus et ce, tout en faisant moins travailler son personnel.

5. CONNAISSEZ-VOUS !

Maintenant que vous connaissez votre clientèle (bravo si vous y êtes parvenu tout seul).

Vous devez vous analyser afin de savoir si vous avez les compétences et la capacité de mener à bien votre projet. Il vous faut être sincère avec vous-même. Je prends mon cas : je suis infographiste entre autres et j'aimerais vendre mes services à travers internet. Je sais faire de la création graphique, flyers, carte de visite, charte graphique, etc. Ce sont là mes qualités techniques. Si je veux ouvrir une agence de communication pour proposer mes services, mes qualités techniques d'infographiste ne me suffiront pas pour créer cette agence de communication. Il me faut avoir des compétences et des qualités d'entrepreneur.



En tant qu'entrepreneur, vous serez appelé à travailler plus que la normale si vous voulez que votre projet aboutisse. Beaucoup de gens se lancent dans l'entrepreneuriat avec pour objectif de travailler moins et de gagner beaucoup d'argent. Si telle est votre motivation, je pense qu'il serait mieux pour vous de rechercher un bon job et d'attendre la fin du mois pour percevoir votre salaire.

En tant qu'entrepreneur, vous devez être bien organisé pour gérer votre temps. Le temps est une ressource précieuse. Votre succès, votre réussite, votre carrière, votre éducation dépendront de ce que vous ferez de votre temps. Tout le monde a 24 h dans une

journée, mais tout le monde ne les exploite pas de la même manière. Pour réussir, vous devez absolument être un bon planificateur car contrairement à un emploi, personne ne viendra vous dire à quel moment vous devez démarrer une tâche et la terminer. Vous êtes le seul responsable de votre temps de travail.

Un entrepreneur, c'est également quelqu'un qui sait s'automotiver. L'entrepreneuriat n'est pas une activité 100 % sûre. Il n'y a pas de risque zéro, car vous n'êtes pas le seul acteur de votre business. Il y a aussi vos clients. Je ne vous le souhaite pas mais il se peut que vous subissiez un échec et ce, même si vous vous êtes préparé

de la meilleure des manières. Votre business peut prendre plus de temps que prévu ou demander un changement de direction. Vous devez être capable de rester motivé et de ne pas abandonner quand tout va mal. En plus de ces qualités, un entrepreneur doit savoir gérer une équipe, avoir des notions en comptabilité, en marketing et évidemment en communication. Si vous n'avez pas ces compétences, n'hésitez pas à vous former. Aujourd'hui, avec la vulgarisation de l'internet, demeurer ignorant est un choix. Formez-vous constamment tant que vous en aurez l'occasion.

6 | MESUREZ LES RISQUES, PRÉPAREZ-VOUS

“Comme je viens de vous le dire, le risque zéro n'existe pas. C'est plutôt une bonne chose de le reconnaître très tôt.”

Lorsque vous concevez votre projet, **vous devez considérer les obstacles que vous allez rencontrer.** Cela va nécessiter des notions en gestion de projet. Un risque est défini en gestion de projet comme une situation ou un événement pouvant impacter la réussite de votre projet. L'analyse des risques vise à anticiper les événements pouvant survenir (dans le futur) de sorte à mieux se préparer ou à réduire les chances qu'ils se produisent.

En gros, cela consiste à vous poser de bonnes questions (sur le financement, sur la ressource humaine, sur la faisabilité, sur les moyens techniques, sur la juridiction de votre pays, etc.), et de trouver des solutions.



7 FAITES COMME NICK FURY, FORMEZ LES AVENGERS !



vous société tout seul. **C'est im-possible !**

Vous devez forcément déléguer les tâches à d'autres personnes. Et il ne s'agit pas de prendre le premier venu parmi vos amis. Le choix de vos associés est déterminant pour l'avenir de votre projet d'entreprise. Alors il convient de bien choisir qui va faire quoi pour que tout fonctionne. Lorsque vous choisirez vos associés, optez pour des personnes qui sont complémentaires. Travaillez avec des personnes qui ont réellement les compétences utiles pour la réussite de votre entreprise et non des amis.

Pour optimiser la productivité de votre équipe, le rôle de chacun doit être défini et compris par tous et surtout, prenez le temps de discuter personnellement avec chacun de vos futurs associés dans le but

Maintenant que vous avez mesuré les risques qui peuvent survenir et que vous avez réfléchi à comment les éviter, il vous faut constituer votre équipe. Même si vous avez les compétences nécessaires pour réaliser votre projet, vous ne pourrez pas tout faire. Vous ne pouvez pas gérer ce qui est technique, gérer les clients, gérer la communication, gérer la comptabilité et en même temps gérer l'administration de

“VOUS NE POUVEZ PAS GÉRER CE QUI EST TECHNIQUE, GÉRER LES CLIENTS, GÉREZ LA COMMUNICATION, GÉRER LA COMPTABILITÉ ET EN MÊME TEMPS GÉRER L'ADMINISTRATION DE VOTRE SOCIÉTÉ TOUT SEUL.”

de sonder si leurs valeurs et leurs ambitions (notamment sur les questions de finances) cadrent avec les vôtres. Dans le cas contraire, il sera difficile pour vous de travailler et d'instaurer une bonne harmonie avec des personnes dont les valeurs et les ambitions sont diamétralement opposées.

8. CRÉEZ ET DÉVELOPPEZ UN RÉSEAU



Rassurez-vous, il ne s'agit pas de mettre en place un réseau de télécommunication, mais plutôt un réseau relationnel 😊.

Un réseau relationnel est constitué de personnes avec qui vous avez une relation. Ces relations peuvent être de nature professionnelle, familiale, amicale ou autres. Ce qui nous intéresse, nous, c'est de **développer un réseau qui va nous aider à faire connaître notre entreprise en profitant également de l'expérience de**

chacun. Pour cela, vous devez impérativement connaître les qualités et les compétences des personnes avec qui vous êtes en contact. Ainsi, vous pourrez vous tourner vers la personne adéquate en fonction de vos besoins.

Attention ! Il ne s'agit pas là de créer un tableau et d'y enregistrer des informations sur des personnes à contacter pour tous vos besoins. Vous devez avoir une relation réelle et vraie avec les personnes de votre réseau et

cela ne se fait pas en un jour. Bâtir une relation, qu'importe laquelle, demande un investissement personnel, de l'énergie et du temps.

Pour développer un réseau fiable, les personnes doivent reconnaître en vous une valeur ajoutée à leur vie. Il n'est pas nécessaire de payer leur loyer pour en arriver là. Des gestes simples permettent aux autres de vous apprécier et de se disposer à leur tour à vous aider.

Vous avez des compétences, des connaissances, des astuces qui peuvent être utiles aux autres ? Proposez-leur votre aide. Vous connaissez une personne qui dispose d'une expertise dans un domaine qu'une autre personne dans le besoin ne dispose pas ? Mettez-les en contact.

Ces "petites" actions seront bien accueillies par vos contacts et ces derniers remercieront le ciel de vous avoir rencontré. Évidemment, si vous pouvez inviter une fois en passant l'un de vos contacts à prendre un verre, n'hésitez pas à le faire.

Soyez sérieux et efficace

lorsqu'il s'agira de répondre au besoin de votre réseau. Il en va de votre réputation. Ayez toujours à l'esprit que chaque personne que vous aurez à rencontrer est une opportunité. Plus vous connaîtrez de personnes, plus votre réseau pourra s'élargir.

9 ■ ENTOUREZ-VOUS DES BONNES PER- SONNES

"Le succès d'un homme est mesuré en fonction de son entourage et de sa générosité."

Moses ISEGWA, écrivain Ougandais.

Votre entourage, c'est-à-dire vos proches, vous influencent d'une manière ou d'une autre que vous le voulez ou pas. Il est donc important de bien choisir son entourage pour créer autour de vous un environnement favorable à



vos progrès en tant qu'entrepreneur. Entourez-vous de personnes à qui vous voulez ressembler et soyez humble et ouvert pour apprendre d'eux. Également ici, cherchez à connaître les compétences de votre entourage. Lorsque vous n'avez pas les compétences dans un domaine d'activité, vous pourrez alors demander à une personne de votre entourage qui en a l'expertise de faire passer des entretiens avec vous. Cela vous sera très utile pour ne pas faire une mauvaise sélection, car souvenez-vous "le choix de vos associés est déterminant pour l'avenir de votre projet d'entreprise".

10 ■ PRENEZ CONSEIL AUPRÈS DU MEILLEUR DANS LE DOMAINE !

"Au commencement, Dieu créa les cieux et la terre".

Dieu est, que vous le voulez ou pas, le premier entrepreneur. Et comme vous pouvez le constater, des millions d'années plus tard, son entreprise est toujours là malgré le fait que ses collaborateurs ne soient pas toujours efficaces. Alors quand vous avez l'occasion de bénéficier de son expertise... Pourquoi ne pas le consulter ? Et en plus, Il peut vous apporter plus que vous ne puissiez imaginer si vous l'avez dans votre réseau !

CONCLUSION...

Connaître tout ceci ne vous sera utile que si vous le mettez en pratique.
Alors, lancez-vous !

N'attendez pas d'avoir beaucoup d'argent. N'attendez pas de trouver de bons associés. Il y a plusieurs choses que vous pouvez faire en attendant. Pour mettre toutes les chances de votre côté, commencez déjà par créer et développer votre réseau.

Repérez des séminaires, des meetups et des événements où vous pourrez rencontrer les profils de personnes correspondant à votre réseau et **allez-y**.

Je tiens à signaler que dans ce document, j'ai choisi de ne pas m'approfondir sur certains points notamment la stratégie marketing ou la gestion de projet, car mon but est de vous donner **une direction à suivre** lorsque vous voulez créer un business. Peut-être, selon les retours que vous me ferez de cet ebook, j'en écrirais d'autres beaucoup plus technique en développant chaque point.

À PROPOS DE MOI... *in fine !*

Bouquineur/bouquineuse !

Je m'appelle Rick Noland LOUMOUANGOU, je suis Africain né au Congo. Passionné par les arts graphiques et le digital, après ma formation en informatique et en communication digitale, autodidacte en infographie et en production audiovisuel, j'ai décidé de me lancer dans l'entrepreneuriat en proposant mes services en freelance, en tant que consultant et en organisant des formations. Je suis également créateur de contenus et... j'ai réalisé deux courts-métrages



rickloums@gmail.com



rickloums



rickloums