



LUCELIANDRE

ACCOMPAGNER • METTRE EN ACTION • DONNER DU SENS

**NOUVEAUX  
ENTREPRENEURS :**

**LES ERREURS  
LES PLUS  
COURANTES**



**Et des pistes  
pour les éviter !**

# Sommaire

<b>A. POURQUOI CETTE LISTE ?</b>	<b>3</b>
<b>B. LES 19 ERREURS EN BREF</b>	<b>4</b>
<b>C. LES ERREURS LIEES AU « BUSINESS »</b>	<b>5</b>
ERREUR #1 : NE PAS PARLER DE VOTRE PROJET AUTOUR DE VOUS AVANT DE VOUS LANCER	5
ERREUR #2 : NE PAS PRENDRE LES PRECAUTIONS NECESSAIRES EN VOUS ASSOCIANT	6
ERREUR #3 : SE FOCALISER SUR SON PRODUIT / SERVICE PLUTOT QUE SUR LA SATISFACTION DES BESOINS CLIENTS	7
ERREUR #4 : NE PAS SAVOIR REELLEMENT QUI SONT VOS CLIENTS	8
ERREUR #5 : CROIRE QUE VOTRE BUSINESS PLAN (ET SES PREVISIONS) VA SE REALISER TEL QUEL	9
ERREUR #6 : SE CONCENTRER SUR LES MAUVAISES ACTIONS	10
ERREUR #7 : NE PAS VERIFIER VOS HYPOTHESES / MESURER LE RESULTAT DE VOS ACTIONS	11
ERREUR #8 : IMAGINER QUE LES CLIENTS VONT VENIR TOUS SEULS	12
ERREUR #9 : CROIRE QU'AVOIR DES CONCURRENTS EST UNE MAUVAISE CHOSE	13
ERREUR #10 : FAIRE DES ECONOMIES DE BOUTS DE CHANDELLE	14
<b>D. LES COMPORTEMENTS NON PERTINENTS</b>	<b>15</b>
ERREUR #11 : NE PAS DEMANDER DE L'AIDE	15
ERREUR #12 : TROP REFLECHIR, NE PAS AGIR	16
ERREUR #13 : S'ISOLER, SE COUPER DES AUTRES	17
ERREUR #14 : CROIRE QUE L'ON SAIT / NE PAS ECOUTER LES CRITIQUES	18
ERREUR #15 : MAL SE CONNAITRE (SOI-MEME)	19
<b>E. LES CROYANCES INFONDEES OU LIMITANTES</b>	<b>20</b>
ERREUR #16 : CROIRE QUE PARCE QUE L'ON FAIT DES EFFORTS, ON VA FORCEMENT REUSSIR	20
ERREUR #17 : NE PAS LE FAIRE "POUR L'ARGENT"	21
ERREUR #18 : S'ATTENDRE A DES RESULTATS RAPIDES A MOINDRE COUT / EFFORT	22
ERREUR #19 : CROIRE QUE PARCE QUE VOUS AVEZ UN HOBBY, CELA FERA UN BON OBJET D'ENTREPRISE	23
<b>F. LES AUTRES ERREURS COURANTES</b>	<b>24</b>
<b>G. AUTODIAGNOSTIC</b>	<b>25</b>
QUIZ	25
RESULTATS	26
<b>H. COMMENT ALLER PLUS LOIN ?</b>	<b>27</b>

## A. POURQUOI CETTE LISTE ?

Les erreurs qui guettent les futurs entrepreneurs sont nombreuses et, pour vous lancer dans les meilleures conditions, **il est impératif de les connaître et de faire votre autodiagnostic.**

**Ces erreurs sont de différentes natures :**

- **Des actions relatives au business qui ne sont pas en adéquation avec l'entrepreneuriat**, souvent liées à une méconnaissance de ce qui est important pour gérer une entreprise
- **Des comportements, le plus souvent des habitudes héritées du statut de salarié ou de l'école**, qui ne sont plus pertinents en tant qu'entrepreneur
- **Des croyances infondées ou limitantes** qui peuvent freiner, voire stopper, votre projet.

Vous trouverez ci-dessous le détail de ces erreurs « classiques », vous pouvez soit les lire directement, soit commencer par le questionnaire d'autodiagnostic à la fin pour savoir rapidement quelles sont celles que vous êtes le plus susceptible de rencontrer.

**Pour chaque erreur présentée, je vous propose des actions correctives ou de réflexion pour vous permettre de mieux les gérer.** Saisissez cette opportunité de mieux vous connaître et d'anticiper sur les éventuelles difficultés que vous pourriez rencontrer dans votre projet entrepreneurial.

Cette liste n'est, bien sûr, pas exhaustive. Toutefois, vous trouverez à la fin de celle-ci quelques-unes des autres erreurs courantes des futurs entrepreneurs.

Cette liste n'a, bien évidemment, pas pour objet de vous décourager mais de **vous permettre d'avancer les yeux grands ouverts dans cette aventure qu'est l'entrepreneuriat !**

D'ailleurs, pour vous déculpabiliser tout de suite, si vous vous reconnaissez dans certaines de ces erreurs, je peux vous dire que, moi aussi, j'en ai fait un bon paquet qui sont sur cette liste et bien d'autres qui n'y sont pas.

**Votre parcours d'entrepreneur, et les écueils que vous rencontrerez, sont fonction de votre expérience et de votre personnalité, mais sachez que le chemin – et le résultat – est très gratifiant !**

**BONNE ROUTE A VOUS !**

## B. LES 19 ERREURS EN BREF

NOUVEAUX  
ENTREPRENEURS :

**LES ERREURS  
LES PLUS  
COURANTES**

1/ Ne pas parler de votre projet autour de vous avant de vous lancer	2/ Ne pas prendre les précautions nécessaires en vous associant	3/ Se focaliser sur son produit / service plutôt que sur la satisfaction des besoins clients	4/ Ne pas savoir réellement qui sont vos clients
5/ Croire que votre business plan (et ses prévisions) va se réaliser tel quel	6/ Se concentrer sur les mauvaises actions	7/ Ne pas vérifier vos hypothèses / mesurer le résultat de vos actions	8/ Imaginer que les clients vont venir tous seuls
9/ Croire qu'avoir des concurrents est une mauvaise chose	10/ Faire des économies de bouts de chandelle	11/ Ne pas demander de l'aide	12/ Trop réfléchir, ne pas agir
13/ S'isoler, se couper des autres	14/ Croire que l'on sait / Ne pas écouter les critiques	15/ Mal se connaître (soi-même)	16/ Croire que parce que l'on fait des efforts, on va forcément réussir
17/ Ne pas le faire "pour l'argent"	18/ S'attendre à des résultats rapides à moindre coût / effort	19/ Croire que parce que vous avez un hobby, cela fera un bon objet d'entreprise	

  
LUCELIANDRE  
LE CONSEIL EN ENTREPRENEURIE

Pour tout savoir sur ces différentes erreurs et - surtout - les pistes pour les éviter, continuez votre lecture !

## C. LES ERREURS LIEES AU « BUSINESS »

### **ERREUR #1 : Ne pas parler de votre projet autour de vous avant de vous lancer**

Beaucoup d'aspirants entrepreneurs ne parlent pas de leur idée avant de se lancer et cela pour de multiples raisons.

**La première est souvent la peur que quelqu'un leur « vole » leur idée.** Mais, en fait, le plus souvent votre idée de départ n'est absolument pas mature, ce n'est qu'une idée, pas encore une opportunité. Il est d'ailleurs nécessaire que votre idée évolue dans le temps pour s'affiner, ce n'est pour l'instant qu'un point de départ à votre projet entrepreneurial ([voir ERREUR #5 : Croire que votre business plan \(et ses prévisions\) va se réaliser tel quel](#)).

Dans l'éventualité, très improbable, où une personne - à qui vous avez parlé de votre idée – l'utilise pour son compte propre, sachez que chacun est différent ; **si vous donnez la même idée de départ à différentes personnes, chacune proposera une façon différente de l'exploiter.**

Ce qui peut aussi empêcher les futurs entrepreneurs de parler de leur idée est **le fait qu'ils pensent bien connaître le sujet, étant expert de leur domaine.** Mais attention, cette expertise n'est généralement pas celle de l'entrepreneuriat, mais plutôt une expertise technique qui, certes, constitue un bon socle pour un projet d'entreprise, mais ne préjuge pas des compétences nécessaires à l'entrepreneuriat.

*« Si le seul fait de parler de votre idée la rend difficile à protéger,  
cela veut dire qu'il n'y a pas grand-chose derrière »*

Guy Kawasaki (« L'art de se lancer »)

### **Que faire ?**

**La solution est simple, il faut parler de votre idée à tout le monde, dès que possible !**

Vous devez en parler à des personnes ayant des profils et des expériences variées. **Chaque échange sera pour vous, et pour votre idée/projet, une source de feedbacks, d'apprentissages et de critiques qui pourront vous servir à améliorer votre idée,** à savoir ce que les gens (peut-être des futurs clients ou distributeurs) en pensent et pourquoi pas à trouver des investisseurs, des associés ou des mentors pour votre projet !

## **ERREUR #2 : Ne pas prendre les précautions nécessaires en vous associant**

Lorsque l'on se lance dans l'entrepreneuriat, il peut arriver que l'on souhaite le faire à plusieurs, que ce soit avec des amis, son conjoint ou encore des anciens collègues. Ce n'est pas forcément un bon calcul !

En effet, **un associé doit apporter quelque chose au projet** :

- Un investissement financier
- Des compétences (complémentaires aux vôtres)
- Un réseau (s'il est pertinent et avéré)
- Etc.

**Dans tous les cas, il est impératif de bien gérer cette association.** Il s'agit d'un engagement à long terme et les désaccords entre associés sont souvent source d'échec ou de dépôt de bilan pour l'entreprise.



### **Que faire ?**

Il faut avant tout bien délimiter le cadre dans lequel les associés s'inscrivent. Pour cela, **la rédaction d'un pacte d'associé est indispensable.** Vous pouvez le rédiger entre associés, sans recours à une aide extérieure, néanmoins **faire appel aux services d'un avocat spécialiste du sujet est nettement plus sécuritaire.** Si vous avez défini et validé au préalable entre associés, les différents éléments du pacte, il ne vous en coûtera que quelques centaines d'euros.

Ainsi, **le pacte d'associés doit contenir -a minima - les éléments ci-dessous :**

- Durée du pacte
- Répartition des parts (en évitant à tout prix une répartition 50/50 qui est source de blocage)
- Définition des rôles et responsabilités de chaque associé
- Clause de non-concurrence (assortie d'une contrepartie financière et limitée géographiquement et dans le temps)
- Règlement des différends (en cas de désaccord entre associés, quelles règles s'appliquent)
- Clause de sortie d'un associé (sortie avant échéance, décès...)
- Clause relative aux droits de vote des associés

Point d'attention : cette liste n'est pas exhaustive et vous devrez nécessairement vous renseigner plus amont avant de vous lancer dans la rédaction de votre pacte d'associés.

## **ERREUR #3 : Se focaliser sur son produit / service plutôt que sur la satisfaction des besoins clients**

Souvent, lorsque l'on entreprend c'est parce que l'on a trouvé une idée (géniale, il va sans dire) d'un produit ou d'un service que l'on souhaite proposer. **Le piège ici est de se focaliser sur le produit ou service que vous avez imaginé.**

L'erreur est de croire que les clients achètent effectivement un produit ou un service. Et non, **les clients achètent une réponse à un besoin non satisfait ou mal satisfait !** Il est impératif de savoir exactement à quel(s) besoin(s) votre produit ou service répond, ou même s'il répond à un besoin chez vos clients. Ensuite, il faut aussi que les clients ayant ce besoin – auquel votre produit / service répond – soient en nombre suffisant ([voir ERREUR #5 : Croire que votre business plan \(et ses prévisions\) va se réaliser tel quel](#)).



### **Que faire ?**

Pour valider que votre idée répond à un besoin bien présent chez les clients que vous ciblez, il faut **procéder à une étude de marché**. Celle-ci a pour but de **collecter des informations sur les clients et le marché potentiel pour votre produit / service** : demande, concurrence, taille, modes de distribution... etc.

C'est une étape indispensable pour le lancement de votre entreprise car elle vous **permet de valider qu'il y a bien un marché pour votre offre, d'avoir une meilleure idée du chiffre d'affaires que vous pourriez générer et surtout de définir comment et à qui vous allez proposer votre offre**.

L'entrepreneur débutant a souvent un attachement fort à son idée, mais si celle-ci ne correspond pas à un marché, **il faut savoir « pivoter » / se réorienter pour que votre projet fonctionne** et cela passe souvent par une modification – partielle ou totale – de votre offre pour l'adapter au marché et aux clients.

Enfin, **pour savoir ce que veulent vos clients, rien de tel que de leur demander !** Une étude de marché ne se fait pas uniquement à partir de données chiffrées.

Point d'attention : faire une étude de marché n'est pas une science exacte, cela vous permettra uniquement de faire des hypothèses de départ pour votre projet. Il vous faudra ensuite être toujours attentif aux tendances de votre marché et aux retours de vos clients pour ajuster votre offre.

## **ERREUR #4 : Ne pas savoir réellement qui sont vos clients**

Lorsque l'on débute, on a envie de vendre notre produit / service au plus grand nombre de personnes (ou sociétés) possible. Or, cela n'est pas à notre avantage.

En effet, **à vouloir plaire à tout le monde, on ne plait à personne**, et donc on ne fait pas (ou peu de ventes). C'est vrai que l'on a l'impression de se « priver » de certains segments de clients, mais **en ne s'adressant qu'à un nombre restreint de clients, on s'assure de les servir au mieux de leurs besoins**.

C'est aussi en cela qu'une étude de marché peut vous aider grandement à déterminer votre clientèle cible.



### **Que faire ?**

Vous devez absolument **en savoir le plus possible sur vos clients idéaux**, ceux pour lesquels votre produit / service va le mieux répondre à leur(s) besoin(s).

Tout d'abord des informations sur **qui ils sont** : sexe, âge, lieu d'habitation, situation familiale, profession...etc.

**Mais aussi des informations sur leurs comportements** : leurs habitudes d'achat (magasin, Internet...), leur type de consommation (décision rapide, opportunités / « bonnes affaires »...), comment ils s'informent ? (journaux, recommandations, Internet...), leur style de vie, leurs buts...

**Pour en savoir plus sur la définition de vos clients idéaux, consultez l'article : [Définir votre client « idéal » : pourquoi et comment ?](#)**



## ERREUR #5 : Croire que votre business plan (et ses prévisions) va se réaliser tel quel

Une fois que votre idée a bien murie, il est temps de faire un business plan. C'est un outil qui va vous servir de guide durant les premiers mois de votre activité. Toutefois, **il s'agit principalement de formaliser vos intentions (objectifs) et surtout des moyens et des actions vous allez mettre en œuvre pour les atteindre.**

Ne consacrez pas tout votre temps à faire un beau business plan, nul besoin d'une centaine de pages pour poser votre vision et vos objectifs. Rappelez-vous surtout que **sans action, un business plan n'est qu'une coquille vide !**

Enfin, **ne vous fiez pas trop à vos prévisions : ce ne sont que des hypothèses** qui ne pourront être vérifiées (ou, la plupart du temps, infirmées) sur le terrain. Par ailleurs, sachez surtout faire des prévisions les plus réalistes possible (et prendre la taille de votre marché et la multiplier par 1 ou 2% de parts de marché que vous pourriez prendre ne marche pas !).

« Pour ce qui est de l'avenir, il ne s'agit pas de le prévoir, mais de le rendre possible »

Antoine de Saint-Exupéry

### Que faire ?

Concernant la partie rédigée de votre business plan, **prenez le temps de bien formaliser vos objectifs et les actions qui vont vous permettre, tout au long de l'année, de les atteindre.** Soyez réaliste dans vos estimations d'acquisition de clients en gardant bien en tête que la prospection nécessite du temps et, qu'au début, vous devrez aller chercher vos clients un par un, en faisant de nombreux efforts. **Une fois la première version de votre business plan rédigée, allez sur le terrain, décrochez des clients et vous l'ajusterez en fonction de ce que vous apprendrez.**

Ensuite, dans vos prévisions, **adoptez la bonne méthode pour quantifier votre marché, c'est-à-dire en partant du nombre de clients que vous pourrez toucher**, de manière pragmatique, et non en partant de la taille du marché potentiel (méthode utopique).

Exemple (très simplifié) :

<u>Méthode utopique</u>	<u>Méthode pragmatique</u>
Marché de : 100.000 personnes	Nombre de visites clients / jour : 5
Parts de marché que vous estimez pouvoir prendre (comment ?) : 2%	Nombre de jours de prospection / mois : 15
<b>Soit 2.000 clients qui achètent / an</b>	Pourcentage de visite débouchant sur une vente : 5%
	<b>Soit 900 visites / an, pour 45 ventes / an</b>

## **ERREUR #6 : Se concentrer sur les mauvaises actions**

Vous avez envie de faire bonne impression ? De présenter votre offre sur une brochure ou un site Internet nickel ? C'est bien normal. Mais ce n'est pas ce qui est important !

**Le temps est une ressource précieuse**, encore plus lorsque l'on lance son entreprise. Vous ne pouvez pas vous permettre de passer du temps sur les « mauvaises » actions. Si j'étais extrême (mais à peine), je définirai **les « mauvaises » actions comme étant toutes celles qui ne correspondent pas à la recherche de prospects et à leur transformation en client.**

Cette erreur peut comporter 2 aspects :

- Se concentrer sur les mauvaises actions
- Travailler pour travailler, sans être productif ou sans savoir vraiment quel objectif on poursuit en effectuant ces tâches.



## **Que faire ?**

Vous devez vous concentrer sur les actions qui vont faire avancer concrètement votre projet. Ces actions doivent avoir des **résultats tangibles et utiles à votre projet, tels que : améliorer la connaissance de votre marché, constituer un fichier de prospects, conclure des ventes, travailler à améliorer votre offre en fonction des retours de vos premiers clients.**

Cela ne veut pas dire qu'il faut négliger tous les autres aspects de l'entrepreneuriat, certains – moins « sexy » certes - tels que la facturation, la comptabilité ou encore la fiscalité sont absolument à prendre en compte. Toutefois, **toutes vos actions doivent mener plus ou moins directement aux résultats évoqués ci-dessus.**

**Avant de commencer toute action, vous devez vous poser au moins ces 2 questions :**

- **Quel objectif cette action sert-elle ?** (à court / moyen / long terme)
- **Quelle est sa rentabilité potentielle ?** (à court / moyen / long terme)

Cela ne veut pas dire qu'il ne faut mener que les actions rentables, mais plutôt que vous devez choisir en toute conscience à quoi vous allez consacrer la majeure partie de votre temps pour développer votre entreprise.

Ainsi, **lorsque l'argent commencera à entrer dans vos caisses, vous pourrez vous permettre de prendre plus de temps pour les autres actions**, mais pas avant.

## **ERREUR #7 : Ne pas vérifier vos hypothèses / mesurer le résultat de vos actions**

Créer une entreprise aujourd'hui, c'est le faire – par définition – dans un environnement incertain. Lorsque vous lancez un produit ou un service, même en ayant fait une étude de marché poussée ([voir ERREUR #4 : Ne pas savoir réellement qui sont vos clients](#)) et en ayant bien identifié vos clients, vous ne savez pas comment ceux-ci vont réagir.

Pour développer vos ventes, vous allez devoir mettre en place de nombreuses actions pour faire connaître et vendre votre offre (stratégie de communication, de prospection, de distribution...).

Or, **souvent, les nouveaux entrepreneurs ne prennent pas le temps nécessaire pour analyser leurs actions et leurs résultats**, pour vérifier si les hypothèses de départ qui les ont poussés à mettre en œuvre cette action, plutôt qu'une autre, ont été validées ou non (en admettant que le choix de l'action reposait déjà sur une hypothèse relativement étayée et non une intuition).

Ne pas mesurer le résultat de vos actions, ni vérifier vos hypothèses, a 2 conséquences très importantes pour votre entreprise :

- **Vous n'apprenez ni de vos erreurs ni de vos succès et donc vous jetez aux orties une occasion en or de développer vos ventes plus rapidement** (grâce aux apprentissages que vous permet l'analyse de vos actions)
- **En ne sachant pas ce qui marche ou non, vous ne savez pas si vous allouez des ressources à des actions pertinentes ou non.**



### **Que faire ?**

Lorsque vous choisissez les actions que vous allez mettre en œuvre, **posez-vous les bonnes questions !**

Pour chaque action que vous menez - en fonction de l'objectif que vous souhaitez atteindre – **vous devez définir quel est le meilleur moyen de savoir si cette action a été un succès ou non et de tirer les enseignements utiles de ses résultats.**

Grâce à cette analyse de ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas, vous pourrez **mettre en place une gestion optimisée de vos ressources** et choisir d'**investir dans des actions dont vous aurez préalablement validé qu'elles sont rentables pour votre entreprise.**

## **ERREUR #8 : Imaginer que les clients vont venir tous seuls**

Avec une idée aussi géniale que la nôtre et avec le pouvoir d'Internet, les clients vont venir tous seuls, n'est-ce pas ? Oups... vous n'y êtes pas du tout !

Sauf à dépenser des sommes folles en publicité ou en emplacement clé (si vous avez un magasin physique), **les clients ne viendront pas tous seuls, il va falloir aller les chercher un par un.**

Avant de vous lancer, vous devez être au clair sur le fait que **le principal travail d'un entrepreneur est de trouver des clients et donc de passer la plus grande partie de son temps à le faire**, quel que soit le moyen qui corresponde à votre produit ou service.



## **Que faire ?**

Lorsque vous définissez votre plan d'action (ou votre business plan), vous devez absolument **formaliser une stratégie commerciale**, c'est-à-dire par quelles actions vous aller toucher vos clients cible et comment ils vont être amenés à acheter votre offre.

Cette stratégie commerciale implique les prérequis suivants :

- **Savoir qui sont exactement vos clients** ([voir ERREUR #4 : Ne pas savoir réellement qui sont vos clients](#))
- **Savoir par quels canaux de distribution pertinents vous pourrez leur proposer votre offre**
- **Déterminer comment vous aller leur présenter votre offre** (argumentaire) **et par quels biais**

Vous devrez mettre en place ces actions et ensuite en mesurer l'efficacité intuition ([voir ERREUR #7 : Ne pas vérifier vos hypothèses / mesurer le résultat de vos actions](#)). Il est possible qu'au début vos actions commerciales ne soient pas optimales par rapport aux clients que vous ciblez.

Deux choses sont très importantes à garder à l'esprit :

- **La prospection commerciale prend du temps, persévérez !**
- **Il faut tester différentes approches pour trouver la « meilleure » pour votre offre.**

## ERREUR #9 : Croire qu'avoir des concurrents est une mauvaise chose

(ou pire : croire que de ne pas en avoir en est une bonne !)

Je vais tout de suite briser vos rêves par rapport à votre idée géniale : **il y a très peu, voire quasiment pas, d'idée résolument nouvelle** ! Cela veut donc dire que sauf à être un précurseur dans votre domaine, **quelqu'un d'autre a déjà eu la même idée que vous ou une autre idée très similaire** et donc, que vous avez des concurrents.

Et, de plus, en admettant que vous n'avez pas de concurrents directs à votre offre, **il est quasiment certain que vous avez des concurrents indirects**. En effet, votre offre répond à un (ou des) besoin(s) chez vos clients cible, mais elle n'est pas l'unique façon d'y répondre. D'autres produits ou services, même fort différents du vôtre, selon les cas de figure, peuvent apporter une réponse tout aussi satisfaisante à vos clients cible.

Exemple :

Besoin / Envie	Une solution possible	Exemples de concurrents directs	Exemples de concurrents indirects
Partir en vacances en France	Réserver un billet Air France	Choisir Easyjet (ou toute autre compagnie aérienne)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Train</li> <li>• Location voiture</li> </ul>
Forfait téléphonique	Prendre un forfait chez SFR	Autres opérateurs : Orange, Free, Bouygues	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banque proposant des forfaits téléphoniques</li> </ul>

Avant d'abandonner définitivement, **sachez qu'avoir des concurrents est une très bonne chose**. Pourquoi ? Parce que cela signifie que **des clients ont effectivement le(s) besoin(s) auquel votre offre répond et qu'ils sont prêts à dépenser de l'argent pour le(s) satisfaire**. C'est plutôt une bonne nouvelle !



### Que faire ?

Prenez les choses du bon côté, vous avez des concurrents ? **Tant mieux, cela veut dire qu'il y a un marché** ! Profitez-en donc pour :

- **Capitaliser sur l'expérience et les erreurs de vos concurrents** en vous renseignant sur ce qu'ils font et ce qu'ils ont fait (et si ça a marché ou non)
- **Vous améliorer en vous différenciant de vos concurrents** pour proposer un produit ou service encore meilleur ou encore plus adapté à vos clients.

Cela vous permet aussi de ne pas vous reposer sur vos lauriers et de **rester à l'affût des changements du marché**. Louper le coche d'une nouvelle tendance ou de nouveaux besoins client peut être fatal à une jeune entreprise.

## **ERREUR #10 : Faire des économies de bouts de chandelle**

Vous débutez, c'est sûr, et il est plus que probable que l'argent soit pour vous une denrée rare. Toutefois, **ne dépenser aucun argent est le plus sûr moyen de ne pas développer votre entreprise.**

En effet, il n'y a que très peu d'actions (destinées à faire grandir votre entreprise) qui ne nécessitent pas au moins l'une de **ces 2 ressources : du temps et de l'argent**. Or, même le temps (et même si c'est le vôtre et que vous avez l'impression que cela ne « compte » pas) représente de l'argent.

**Bref, faire des économies de bout de chandelle est le plus sûr moyen de ralentir la croissance, voire plutôt le démarrage, de votre activité.**



### **Que faire ?**

**Bien évidemment, je ne vous pousse pas à dépenser à tout va.** Mais il y a un juste milieu entre être trop prudent (et ne pas donner tous les moyens nécessaires à votre activité pour qu'elle se développe) et dépenser trop et gaspiller votre argent.

Comme pour déterminer les actions qui sont pertinentes à mettre en place - celles qui vous apprendront quelque chose d'utile et qui auront une rentabilité à plus ou moins long terme - **choisissez avec soin dans quel poste vous allez investir de l'argent.**

**L'objectif pour arbitrer vos dépenses est donc de choisir les quelques-unes prioritaires,** qui auront des effets rentables relativement rapidement, **et d'utiliser ensuite le bénéfice récolté pour mener de nouvelles actions,** et ainsi de suite...

## D. LES COMPORTEMENTS NON PERTINENTS

### **ERREUR #11 : Ne pas demander de l'aide**

(et son corollaire : **croire que l'on peut réussir SEUL(E) !**)

La presse est remplie d'entrepreneurs portés aux nues pour leurs réalisations et leur accomplissement, mais souvent, dans ces articles, **ils oublient de préciser que ces entrepreneurs n'ont pas réussi seuls**. Ils ont eu des associés et ont, le plus souvent, été accompagnés pour développer leur entreprise.

*Exemple (parmi les plus connus) : Steve Jobs n'était pas tout seul, on oublie souvent Steve Wozniak. Ou encore Xavier Niel, tellement persuadé que les jeunes entreprises doivent être accompagnées qu'il crée le plus grand incubateur du monde, Station F, en 2017.*

**Demander de l'aide n'est pas une tare, mais un signe de bon sens entrepreneurial.** Et cela, principalement, pour 3 raisons :

- **Vous ne pouvez pas tout savoir** (je sais... ça ne fait pas plaisir à entendre) ([voir ERREUR #14 : Croire que l'on sait / Ne pas écouter les critiques](#))
- **D'autres sont meilleurs que vous dans certains domaines** et vous pouvez apprendre de leur expérience et leur expertise
- Si vous avez le nez dans le guidon, vous ne pouvez pas prendre les meilleures décisions pour votre entreprise, **vous avez besoin de confronter vos idées.**

« Seul on va plus vite, ensemble on va plus loin »

Proverbe africain

### **Que faire ?**

**Il faut savoir s'entourer des bonnes personnes.** Comme pour un associé ([voir ERREUR #2 : Ne pas prendre les précautions nécessaires en vous associant](#)), toute personne n'est pas apte à vous accompagner. Il faut choisir **des personnes qui ont, a minima, les caractéristiques suivantes :**

- Une **expérience de l'entrepreneuriat** (il y a tout un monde entre la théorie et la pratique !)
- **N'ont pas peur de vous dire ce que vous ne voulez pas entendre** (ce qui élimine d'office tous les membres de votre famille et la plupart de vos amis, qui ne veulent pas vous blesser)
- **Un profil et une expérience différents du vôtre** (cela n'en sera plus enrichissant)

**Oser demander de l'aide est ce qui peut faire toute la différence entre la réussite ou l'échec de votre entreprise !**

## ERREUR #12 : Trop réfléchir, ne pas agir

Même lorsque l'on a très envie de se lancer dans l'entrepreneuriat, de monter sa propre boîte, il arrive que l'on ait en même temps peur. Et **cette peur nous conduit très souvent à vouloir collecter le plus d'informations pour prendre la « bonne » décision.**

Tout d'abord, **il n'y a pas de « bonne » solution**, il y a seulement des solutions adaptées au moment où vous la prenez à partir des informations dont vous disposez. Vous ne pourrez jamais obtenir toutes les informations que vous souhaitez et, **dans tous les cas, jamais assez d'informations pour vous garantir le résultat de la décision que vous prenez.**

**Trop réfléchir ou encore repousser une décision dans l'attente de plus d'informations ou d'un signe quelconque pour nous orienter sont des comportements contre-productifs**, qui peuvent avoir pour conséquence cela même que vous redoutez : une « mauvaise » décision (*attendre trop longtemps et louper une opportunité, rendre le problème encore plus complexe, faire beaucoup d'efforts pour ensuite ne pas obtenir le résultat souhaité...*).

« Attendre d'en savoir assez pour agir en toute lumière,  
c'est se condamner à l'inaction »

Jean Rostand (biologiste)

## Que faire ?

La première règle à connaître est que : **l'action fait disparaître la peur**. Lorsque vous agissez, vous pouvez contrôler la situation et vous y adapter.

**Si vous tergiversez tant et plus, vous laissez les événements décider à votre place, vous « subissez ».** En tant qu'entrepreneur, c'est vous qui tenez la barre, c'est à vous de décider. Ce qui ne vous empêche absolument pas de solliciter des conseils éclairés, mais **la décision finale vous appartient.**

**La seule solution pour progresser est d'agir et d'avancer.** Lorsque vous sentez que vous êtes trop dans la réflexion ou depuis trop longtemps, prenez une décision et lancez-vous. **On a souvent l'impression qu'un choix est définitif et nous coupera de toutes les autres alternatives. Mais, la plupart du temps, vous pouvez vous ré-aiguiller en cours de route.**

Si vraiment, vous n'arrivez pas à passer à l'action, imaginez les pires scénarios (scénarios « catastrophe ») de tout ce qui pourrait mal se passer si vous agissez. Avec une imagination fertile, il est possible d'en trouver beaucoup, croyez-moi. Et ensuite, comparez ces scénarios catastrophe à ce qui vous est déjà réellement arrivé lorsque vous avez décidé d'agir de manière similaire, vous découvrirez, qu'en général, il ne vous est rien arrivé de mal, au contraire !

**Lancez-vous ! Et si cela ne fonctionne pas, tentez une autre option et recommencez.**



## **ERREUR #13 : S'isoler, se couper des autres**

Précédemment, nous avons établi qu'il fallait être capable de demander de l'aide pour développer son entreprise ([voir ERREUR #11 : Ne pas demander de l'aide](#)). Mais, si vous êtes entrepreneur, **vous êtes aussi un être humain, qui a besoin de contact avec d'autres personnes pour s'épanouir.**

L'une des erreurs les plus fréquentes chez les tout-nouveaux entrepreneurs est de **s'isoler dans leur coin pour développer leur entreprise ou leur idée, souvent pour travailler le plus possible.**

Ce n'est pas une bonne idée. En effet, lancer son entreprise demande de la motivation dans le temps et beaucoup d'énergie. **Ne vous focaliser que sur cela ne vous rendra pas service.** En tant que personne, et pour permettre à votre cerveau de mieux fonctionner, vous avez besoin de relations extérieures à votre projet et de faire des pauses de temps en temps.

De plus, sortir de chez soi, rencontrer de nouvelles personnes est aussi l'occasion de parler de votre projet d'une autre manière ([voir ERREUR #1 : Ne pas parler de votre projet autour de vous avant de vous lancer](#)). Rappelez-vous, vos clients cible sont aussi des êtres humains, que vous pourriez rencontrer au détour d'une rue !



## **Que faire ?**

Pour rester dans la course et développer au mieux votre projet, **sortez de chez vous**, que ce soit pour :

- **Voir des amis** (et vous changer les idées)
- **Réseauter** (et développer de nouvelles relations)
- **Rencontrer vos clients cible** (et tester auprès d'eux votre offre).

Bref, **ne vous isolez pas !** Même si votre projet est purement informatique, ne restez pas derrière l'écran de votre ordinateur. **Vous serez surpris par ce que ces pauses ou nouvelles rencontres peuvent apporter à votre projet.**

## **ERREUR #14 : Croire que l'on sait / Ne pas écouter les critiques**

Si certains manquent globalement de confiance en eux, il est 2 écueils qui guettent la plupart des entrepreneurs (qu'ils aient confiance en eux ou non) : la tendance à la surestimation et le biais de confirmation.

Concrètement, qu'est-ce que c'est ?

**La tendance à la surestimation est le fait de croire que l'on a plus de compétences que l'on a réellement**, particulièrement dans des domaines que l'on connaît peu. Cette tendance est aussi exacerbée par la volonté chronique des nouveaux entrepreneurs de faire des économies.

**Le biais de confirmation, quant à lui, est le fait de ne rechercher que les informations qui vont dans le sens de ce que l'on croit ou de ce que l'on a décidé** et d'occulter – inconsciemment – toutes les informations qui pourraient y être contraire.

**Ces 2 écueils ont pour conséquence que l'on cherche à éviter les critiques et que l'on entend surtout ce qui va dans notre sens** (ce qui fait que l'on écoute les gens qui sont d'accord avec nous plutôt que les autres). Pour un entrepreneur, cela peut être très préjudiciable.

*« Le seul homme à ne jamais faire d'erreurs  
est celui qui ne fait rien. »*

Theodore Roosevelt (XXVI<sup>ème</sup> président des Etats-Unis)

### **Que faire ?**

Tout d'abord, **acceptez que l'entrepreneuriat soit une aventure dans laquelle vous ne pouvez pas détenir toutes les clés**, toutes les connaissances et sollicitez - dès que le sujet sort de votre sphère de compétence - **l'avis d'experts ou consultez les publications / données spécialisées** ([voir ERREUR #11 : Ne pas demander de l'aide](#)). Votre instinct, sur les sujets que vous connaissez peu, est très mauvais conseiller.

Certes, vous disposez, au début de de votre activité, de peu de ressources mais cela n'est pas les utiliser sottement que d'investir dans une meilleure connaissance ou un conseil avisé. Même s'il faut agir très rapidement – et ne pas réfléchir pendant 100 ans ([voir ERREUR #12 : Trop réfléchir, ne pas agir](#)) – **prenez le temps nécessaire et juste pour collecter les données et les avis, voire les critiques, dont vous avez besoin pour progresser.**

Ecouter les personnes trop complaisantes vous mènera, très probablement, droit dans le mur.

**Pour en savoir plus sur ce qui vous guette en pratiquant l'auto-expertise, consultez l'article : [Gare à l'auto-expertise ! Je gère... en fait non.](#)**

## **ERREUR #15 : Mal se connaître (soi-même)**

Parmi les erreurs de cette liste, celle-ci est la plus méconnue.

En effet, **être entrepreneur est différent – par essence – de tous les autres statuts auxquels vous avez pu être confronté**, que ce soit en tant que salarié ou en tant qu'étudiant. Etre entrepreneur, c'est être tout à la fois, le manager et l'employé, le comptable et le commercial.

**Il n'y a pas de profil-type de l'entrepreneur qui réussit.** Toutefois il y a certains aspects du métier qu'il faut connaître et accepter avant de se lancer.

Et pour cela il est nécessaire, si ce n'est de bien se connaître, tout du moins de **s'être posé certaines questions sur ce que l'on est capable et prêt à faire.**



### **Que faire ?**

Avant de vous lancer, il est nécessaire de **faire un bilan des ressources (matérielles ou non) que vous avez et aussi une certaine introspection sur qui vous êtes** et comment vous allez vous adapter au statut d'entrepreneur.

Ces questions doivent porter principalement sur :

- **Vos motivations** (pourquoi vous lancer ? pourquoi maintenant ?)
- **Vos compétences et votre expérience** (en quoi vont-elles vous être utiles ? vous en manquent-il pour vous lancer ?)
- **Vos buts dans la vie et les valeurs auxquelles vous tenez** (et sont-ils en adéquation avec votre projet ?)
- **Votre situation personnelle** (familiale et financière).

Enfin, être entrepreneur implique d'être seul maître à bord. Cela veut dire que **vous serez à la fois le décisionnaire et le responsable de toutes vos actions. Etes-vous OK avec ça ?**

Ne vous lancez pas avant d'être au clair sur ces différents points : **ce seront les bases de votre projet entrepreneurial !**

## E. LES CROYANCES INFONDEES OU LIMITANTES

### **ERREUR #16 : Croire que parce que l'on fait des efforts, on va forcément réussir**

Il est une croyance très répandue chez les entrepreneurs, et plus largement au sein de la population qui travaille, que parce que l'on fait des efforts, on va forcément réussir.

**Malheureusement, tous les efforts ne sont pas payés de retour !** et c'est une réalité avec laquelle il va falloir composer dans votre projet entrepreneurial. Certaines actions que vous allez mettre en œuvre qui vous auront demandé beaucoup de temps et d'énergie **n'auront pas des résultats à la hauteur de vos attentes.**



### **Que faire ?**

Ce n'est pas pour autant qu'il faille baisser les bras. **Mais il faut mettre en place des stratégies pour minimiser au mieux les risques de déconvenue**, et pour cela, vous devez vous préparer au mieux en connaissant bien vos clients, leurs besoins et votre marché.

Par ailleurs pour maintenir votre motivation intacte et recharger vos batteries, appliquez-vous à chercher des alternatives au travail pour vous ressourcer.

Enfin, sachez relativiser les « échecs » et les aléas de parcours, en tirant les leçons de vos potentielles erreurs et en vous attachant à toujours analyser les causes de celles-ci et les pistes d'amélioration possibles ([voir ERREUR #7 : Ne pas vérifier vos hypothèses / mesurer le résultat de vos actions](#)).

## **ERREUR #17 : Ne pas le faire "pour l'argent"**

**Oui, c'est beau d'avoir des idéaux et de vouloir changer le monde, mais rappelez-vous que l'objectif premier d'une entreprise est sa survie**, même pour une entreprise solidaire, vous n'aidez pas grand monde si vous mettez la clé sous porte, **et même sa croissance**.

Que vous ne soyez pas foncièrement attaché à l'argent n'est, en soi, pas un problème. En revanche, si ce détachement (et, pour certains, cela frise le mépris) pour l'argent dessert votre projet entrepreneurial et met en péril votre entreprise, **posez-vous la question de la pertinence de votre engagement**. Peut-être que d'autres activités pourraient mieux vous convenir et être plus en accord avec vos valeurs, comme une association ou du bénévolat.

*« Il avait entendu des gens parler de l'argent avec mépris ;  
il se demandait s'ils avaient déjà essayé de s'en passer ».*

William Somerset Maugham (« La servitude humaine »)

### **Que faire ?**

Lorsque l'on est entrepreneur, **le minimum à faire est d'assurer la survie de l'entreprise**, c'est-à-dire faire en sorte que l'entreprise gagne de l'argent, tout du moins suffisamment pour atteindre ses objectifs et remplir sa mission (quelle qu'elle soit).

La seconde est de valoriser le temps que vous passez et le travail que vous faites **en vous payant correctement**, dès que les finances de l'entreprise vous le permettront. **Tout travail mérite salaire**, et même si l'argent n'est pas votre motivation première, vous aurez du mal à continuer et à garder votre motivation si vous ne pouvez pas vivre décemment par ailleurs.

Donc, si vous revendiquez « je ne le fais pas pour l'argent », **prenez quelques minutes pour répondre à ces quelques questions :**

- Est-ce l'argent le problème ou la perception que j'ai de ceux qui en ont ?
- Si je voulais faire de l'argent avec mon entreprise, qu'est-ce que cela dirait de moi ?
- Si je ne le fais pas pour l'argent et que j'en gagne quand même, que pourrais-je faire de cet argent qui ne m'intéresse pas ou peu ?
- Quels exemples d'entreprise prospères (comprenez qui engrangent beaucoup d'argent) je peux citer qui font le « bien » avec leurs profits ?

Et toute autre question auxquelles vous pourrez penser pour comprendre le rapport que vous entretenez avec l'argent.

**Cet exercice est nécessaire pour être entrepreneur car, pour une entreprise, l'argent (que ce soit celui qui sort ou celui qui entre) est un enjeu crucial.**

## **ERREUR #18 : S'attendre à des résultats rapides à moindre coût / effort**

Là, je ne sais que dire...

C'est vrai, moi aussi j'aimerais qu'il y ait un moyen d'avoir des résultats probants, de manière rapide, sans que j'aie à fournir des efforts importants, mais c'est une utopie.

Là encore, je ne dis pas cela pour vous décourager, mais si vous croyez que votre entreprise se développera sans effort de votre part, cela ne va pas fonctionner. Vous vous préparez de grands moments de désillusion.

**Si c'est ce que vous pensez, je vous conseille de plutôt orienter votre choix vers un autre métier que l'entrepreneuriat** (bien que, là tout de suite, je ne trouve pas vraiment de métiers qui permettent d'avoir des résultats rapides sans effort, mais vous aurez peut-être plus d'imagination que moi).



## **Que faire ?**

J'ai envie de dire qu'il n'y a pas de recette miracle, retroussez vos manches et bossez !

**Travailler est la seule recette qui vous permette de construire une entreprise viable, en suivant les différents principes exposés ici.** Pour rappel :

- Connaissez vos clients
- Répondez à leurs besoins
- Proposez plus de valeur que vos concurrents
- Concentrez vos efforts à acquérir des clients et à faire des ventes
- Demandez de l'aide quand c'est nécessaire
- Soyez ouvert aux autres et à leurs critiques
- ...

## ERREUR #19 : Croire que parce que vous avez un hobby, cela fera un bon objet d'entreprise

(et que cela vous plaira)

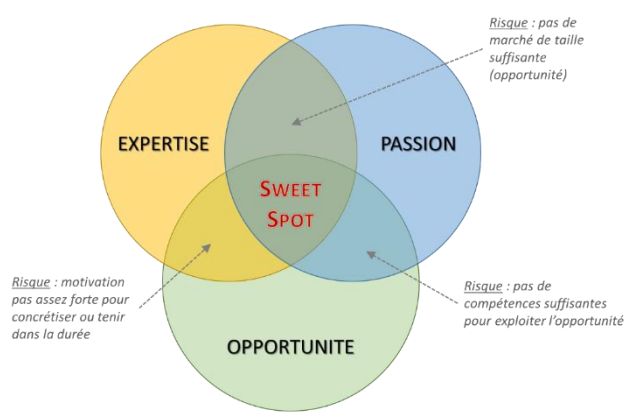
Nous avons tous des hobbies, des passions qui nous occupent et pour lesquels on se dit : « **ah, si je pouvais travailler dans ce domaine que j'adore, ce serait merveilleux !** ». On pense que cette activité qui nous plaît tant serait un bon objet pour monter une entreprise.

Attention, ce n'est pas toujours un bon calcul ! Je ne dis pas qu'il ne faut absolument pas entreprendre dans un hobby que vous aimez, mais qu'il faut le faire en ayant bien conscience que **travailler dans sa passion peut justement faire que vous perdiez votre intérêt pour cette même passion** (ce qui vous avait motivé au départ), voire vous en « dégoûter ».

En effet, **un entrepreneur a de nombreuses casquettes : administratif, manager, commercial... et toutes ces casquettes ne sont clairement pas liées à la passion (ou au hobby).**



### Que faire ?



On dit souvent qu'un **bon objet d'entreprise doit être au croisement de 3 éléments : votre expertise, votre passion et une opportunité** (si vous en avez 2, c'est déjà pas mal, vous pourrez éventuellement développer le 3<sup>ème</sup>).

Donc, avant d'entreprendre dans votre hobby (ou passion), **posez-vous la question de votre positionnement par rapport à ces 3 éléments** et aux risques auxquels le manque de l'un vous expose.

**Pour en savoir plus sur ce débat sur votre passion comme objet d'entreprise, consultez l'article : [Suivre sa passion ou saisir une opportunité ?](#)**

## F. LES AUTRES ERREURS COURANTES

En sus des erreurs déjà citées (et souvent en lien avec elles), les aspirants entrepreneurs peuvent aussi rencontrer d'autres écueils tels que :

- Se concentrer sur les derniers outils ou gadgets à la mode plutôt que d'utiliser des techniques éprouvées et choisies pour communiquer
- Croire qu'en vendant moins cher, vous ferez plus de ventes
- Se focaliser sur le chiffre d'affaires, plutôt que sur les bénéfices
- Ne pas savoir combien coûte l'acquisition d'un client
- Se concentrer uniquement sur le court terme
- Ne pas suivre sa trésorerie de près (ce qui est différent de suivre son chiffre d'affaires)
- Croire qu'il faut absolument être une « licorne » pour réussir
- Penser qu'il faut beaucoup d'argent ou de diplômes pour se lancer
- S'attacher absolument à bénéficier d'aides à la création d'entreprise et finalement faire tout ce qu'il faut pour les obtenir plutôt que de lancer réellement son entreprise
- Se concentrer plus sur une potentielle levée de fonds (faire plaisir à des investisseurs éventuels) plutôt que sur une réelle stratégie de développement
- Sous-estimer le temps nécessaire pour accomplir et financer les actions
- Vouloir aller trop loin, trop vite
- Avoir peur de prendre des décisions
- Ne pas externaliser les tâches que vous ne maîtrisez pas ou peu, ou pour lesquelles vous n'avez pas de valeur ajoutée
- Ne pas faire de break
- ...

Et bien d'autres encore...



## G. AUTODIAGNOSTIC

### Quiz

Entourez la réponse qui vous correspond le mieux :

<b>Avant de vous lancer, vous avez...</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Discuté avec vos proches pour voir si c'était une bonne idée</li> <li>* Décidé que le salariat ce n'est plus pour vous</li> <li>◆ Parlé de ce projet avec vos proches et fait un bilan de vos ressources financières</li> </ul>
<b>Vous avez choisi ce secteur d'activité en particulier car...</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Vous avez 5 années d'expérience dans ce domaine</li> <li>◆ Vous connaissez le secteur et avez identifié une opportunité commerciale</li> <li>* C'est votre passion !</li> </ul>
<b>Vous avez parlé de votre projet à...</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Plus de 4 personnes</li> <li>● 1 à 4 personnes</li> <li>* Personne</li> </ul>
<b>Comment avez-vous identifié vos clients cible ?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* J'y ai bien réfléchi</li> <li>● J'ai consulté les études de marché faites sur mon secteur d'activité</li> <li>◆ Je suis allé sur le terrain pour les rencontrer (sondage, interviews, étude concurrence)</li> </ul>
<b>Pour créer votre produit ou service, vous ...</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Avez parlé avec votre entourage pour recueillir leurs avis</li> <li>* Vous êtes renseigné sur les chiffres du marché</li> <li>◆ Avez demandé à vos clients cible ce dont ils avaient besoin</li> </ul>
<b>Comment avez-vous quantifié la taille de votre marché ?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ J'ai calculé le nombre de clients potentiels (selon mes possibilités de prospection) et leur taux de transformation probable</li> <li>● J'ai déterminé un nombre de ventes par an par rapport au chiffre d'affaires de mes concurrents</li> <li>* J'ai estimé pouvoir prendre 1% (ou 2%) du marché existant</li> </ul>
<b>Quelles sont les premières actions que vous avez/allez mettre en place ?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Me référencer dans des annuaires professionnels, participer à des salons</li> <li>◆ Faire de la prospection et développer mes ventes</li> <li>* Créer des outils de communication (site Internet, brochures)</li> </ul>
<b>Qui vous accompagne dans la création / le développement de votre entreprise ?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Personne (à part mon chien)</li> <li>● Mon banquier</li> <li>◆ Un professionnel de l'accompagnement</li> </ul>
<b>Vous pensez être rentable dans...</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Plus de 6 mois</li> <li>* 2 mois</li> <li>● 3 à 6 mois</li> </ul>
<b>Pour développer votre entreprise, vous prévoyez de dépenser...</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Assez pour être crédible auprès de mes clients</li> <li>◆ Principalement dans des actions de prospection et de communication ciblées</li> <li>* Aussi peu que possible</li> </ul>
<b>Quand vos actions n'ont pas le succès attendu, vous...</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Persévérez, ça va bien finir par marcher</li> <li>● En essayez une autre</li> <li>◆ Les analysez pour améliorer la prochaine action</li> </ul>

## Résultats

Faites le total des différents symboles des réponses que vous avez entouré : ✨, ●, ◆

**Vous avez plus de ✨**

**Aïe aïe aïe... Vous avez une tendance à tout vouloir faire tout seul dans votre coin...**

Relisez attentivement les erreurs les plus classiques des nouveaux entrepreneurs et surtout les pistes pour les éviter. Ces erreurs ne couleront pas forcément votre boîte, mais ralentiront sérieusement son développement.

*Conseil : Envisagez de vous faire accompagner par une personne extérieure qui pourra vous aider à prendre du recul et à mieux cerner vos priorités. Si possible un professionnel ou, à défaut, par une personne qui ne sera pas complaisante avec vous.*

**Vous avez plus de ●**

**C'est pas mal ! Vous faites quelques-unes des erreurs classiques des nouveaux entrepreneurs, mais vous avez aussi quelques bons réflexes.**

Revoyez les réponses où vous avez eu le plus de ✨ et de ● et déterminez un plan d'actions pour éviter ces erreurs classiques en vous aidant des pistes pour les éviter.

*Conseil : Si vous avez un associé, faites-lui aussi faire le test. Il y a de fortes chances, si vous êtes complémentaires que vous ne fassiez pas les mêmes « erreurs ». Ainsi, vous pourrez échanger ensemble sur les actions à mettre en place.*

**Vous avez plus de ◆**

**Chapeau, vous avez évité les principales erreurs des entrepreneurs débutants !**

Si vous avez répondu honnêtement, vous êtes parfaitement au courant des erreurs les plus classiques et vous savez les éviter. Vous pouvez revoir les réponses où vous avez eu des ✨ et des ● et déterminez un plan d'actions en vous aidant des pistes pour les éviter.

*Conseil : Continuez sur votre lancée, vous semblez bien parti(e) ! Vous pouvez imprimer le récapitulatif des erreurs les plus classiques pour vous servir de pense-bête au cas où.*

## H. COMMENT ALLER PLUS LOIN ?

Vous l'avez vu en lisant les différentes erreurs les plus courantes des nouveaux entrepreneurs, **le fil rouge de celles-ci est le fait que l'entrepreneur est seul pour quasiment tout faire** (en général au début).

**Etre seul et, surtout, être multi-casquettes** font que les entrepreneurs débutants ont **souvent la tête dans le guidon**, ce qui a pour conséquence :

- Qu'il est difficile de prendre du recul
- Qu'en étant toujours « au four et au moulin », il est facile de perdre de vue les objectifs
- Que l'investissement personnel pour mener son entreprise est lourd et engendre du stress.

**C'est pourquoi demander de l'aide est si important.**

**L'idéal est de se faire accompagner par un professionnel qui a une réelle expérience de l'entrepreneuriat.** Vous pouvez croire que je prêche pour ma paroisse, et c'est vrai, j'accompagne les entrepreneurs. Toutefois, **de nombreuses études prouvent qu'avec un accompagnement une entreprise a des chances beaucoup plus élevées de passer les caps importants (2 / 3 / 5 ans).**

Certes, **l'accompagnement par un professionnel a un coût** (qui peut grandement varier, donc renseignez-vous toujours), **mais c'est un investissement pour l'avenir** et, clairement, **un accélérateur de développement pour vous et votre entreprise.**

*Vous pouvez me contacter pour en savoir plus sur les différents accompagnements que je propose : en groupe (mastermind créateurs d'entreprise) ou individuellement : [emilie.amic@luceliandre.com](mailto:emilie.amic@luceliandre.com)*

*Cependant, si vous ne souhaitez pas faire appel à un professionnel (pour des raisons de coût ou autres), **une alternative est d'avoir un « work buddy ».***

*C'est un **entrepreneur qui est au même stade d'avancement que vous, mais avec un profil, une expérience et un projet différents du vôtre** (pour éviter les problématiques de concurrence) avec lequel **vous échangez régulièrement** (pourquoi pas toutes les 2 semaines).*

*L'objectif est que **chacun puisse parler à l'autre des problématiques qu'il rencontre** et des priorités qu'il se fixe et que **l'autre puisse lui apporter l'aide et le recul nécessaires**. C'est aussi un moyen de **s'engager mutuellement sur des objectifs à atteindre***

**Bonne continuation dans votre projet !**