

A close-up, black and white portrait of Philippe Coste, a middle-aged man with light-colored hair and a slight smile, looking towards the camera. The background is blurred.

PHILIPPE **COSTE**

**Osez créer**  
**votre entreprise**

*Les clés pour convaincre  
et franchir le pas...*

**EYROLLES**  
  
Éditions d'Organisation

# Entrepreneur, un métier, une vie

Savez-vous qu'une idée d'entreprise sur deux ne voit jamais le jour ? Même si l'idée est prometteuse, même si le projet paraît solide, le créateur lui-même a souvent du mal à l'expliquer, à séduire ses interlocuteurs, à transmettre son enthousiasme, à donner envie de le suivre.

À l'aide de ce livre, vous pourrez : définir votre profil de créateur ; faire le point sur vos motivations pour créer votre entreprise ; vous affirmer ; gérer les moments difficiles. Bref, **mieux vous connaître** en tant qu'entrepreneur !

Mais aussi : savoir parler de vous et de votre projet en toute circonstance ; être compris de tout le monde ; structurer, clarifier et habiter votre discours ; éviter les pièges et les erreurs les plus fréquents. En un mot : **maîtriser votre communication personnelle**.



**Philippe Coste** a créé quatre entreprises dans les secteurs de l'édition, de la formation et de la communication interne. Depuis plusieurs années, il accompagne les porteurs de projet au tout début de leur aventure.

Retrouvez Philippe sur [www.coste-n-stories.fr](http://www.coste-n-stories.fr), le site portail de ses activités et sur [www.les-sherpas.fr](http://www.les-sherpas.fr), son site dédié aux créateurs d'entreprise.

# Parole d'entrepreneur

Une collection dédiée à tous ceux qui souhaitent se lancer dans l'aventure.

[www.editions-organisation.com](http://www.editions-organisation.com)  
Groupe Eyrolles | Diffusion Geodif

Code éditeur : G54874  
ISBN : 978-2-212-54874-7

Philippe Coste

Préface d'Hervé Dechene,  
fondateur d'AZ Initiatys

# Osez créer votre entreprise

Les clés pour convaincre  
et franchir le pas...

**EYROLLES**

Éditions d'Organisation

Éditions d'Organisation  
Groupe Eyrolles  
61, bd Saint-Germain  
75240 PARIS Cedex 05

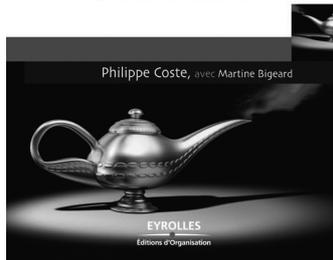
[www.editions-organisation.com](http://www.editions-organisation.com)  
[www.editions-eyrolles.com](http://www.editions-eyrolles.com)

Du même auteur :

Livres Outils FORMATION

## Former par les contes

Recueil de contes  
et mode d'emploi pour les formations



Le code de la propriété intellectuelle du 1<sup>er</sup> juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée notamment dans les établissements d'enseignement, provoquant une baisse brutale des achats de livres, au point que la possibilité même pour les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.

En application de la loi du 11 mars 1957, il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement le présent ouvrage, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation de l'Éditeur ou du Centre Français d'exploitation du droit de copie, 20, rue des Grands Augustins, 75006 Paris.

© Groupe Eyrolles, 2011  
ISBN : 978-2-212-54874-7

À la mémoire de Monsieur André Essel,  
fondateur de la FNAC,  
et auteur du livre  
*Je voulais changer le monde.*  
Il a été mon étincelle.

# Sommaire

Préface .....	9
Introduction .....	11
Un livre pour les créateurs d'entreprise plutôt que sur la création d'entreprise.....	13
À qui s'adresse ce livre ? .....	14
Ce livre, en pratique.....	16
<b>Partie I - Votre porte-clés « perso » :</b>	
<b>    bien vous connaître vous-même .....</b>	<b>19</b>
<b>Clé n° 1 - Quel est votre profil d'entrepreneur ? .....</b>	<b>21</b>
Quatre profils .....	21
Qu'est-ce que le « profil d'entrepreneur » ? .....	22
L'« entrepreneur-expert » : « <i>Je crée, parce que je sais</i> » .....	23
L'« entrepreneur-militant » : « <i>Je crée, parce que je crois</i> » .....	27
L'« entrepreneur-opportuniste » : « <i>Je crée pour faire des affaires</i> » .....	30
L'« entrepreneur-créateur » : « <i>Je crée, parce que j'aime ça</i> » .....	35
Déterminer son profil .....	39
Comment exploiter ces informations ? .....	42
Les PEF (pièges et erreurs fréquents).....	42
<b>Clé n° 2 - Identifiez vos motivations réelles pour entreprendre.....</b>	<b>45</b>
Qu'est-ce que la motivation réelle ? .....	45
À quoi cela sert-il ? .....	46
La motivation : le moteur qui vous permet d'avancer.....	46
Motivation et profil .....	50
<b>Clé n° 3 Quel futur chef d'entreprise êtes-vous ? .....</b>	<b>51</b>
Deux raisons de se projeter dans l'avenir .....	51
Trois questions essentielles pour vous aider à voir plus clair.....	52
<b>Clé n° 4 Prenez votre place et affirmez votre légitimité .....</b>	<b>63</b>
Prenez votre place en tant qu'entrepreneur.....	63

Affirmez votre légitimité .....	65
L'« effet CV » .....	66
Les noms qui « claquent » .....	70
<b>Clé n° 5 Gérez les moments difficiles.....</b>	<b>71</b>
Douter est-il salutaire ? .....	72
Les grandes peurs .....	74
La solitude.....	78
Les coups de fatigue .....	80
D'un porte-clés à l'autre .....	85
<b>Partie II - Votre porte-clés « communication » :</b>	
<b>savoir parler de votre projet.....</b>	<b>87</b>
<b>Clé n° 1 - Préparez et structurez votre discours .....</b>	<b>91</b>
Les cinq éléments du discours .....	92
Structurez votre discours .....	106
Répétez et améliorez votre discours.....	107
<b>Clé n° 2 - Être compris de tout le monde .....</b>	<b>111</b>
Quatre atouts .....	112
Deux nouveaux « effets qui tuent » .....	115
L'arme fatale : exemples et analogies .....	116
<b>Clé n° 3 - Suscitez l'intérêt.....</b>	<b>121</b>
Sept portes.....	123
Les PEF .....	128
<b>Clé n° 4 - Maîtrisez votre discours face à .....</b>	<b>137</b>
Parlez de vous et de votre projet à votre entourage .....	138
Parlez de vous et de votre projet à un financier.....	140
Parlez de vous et de votre projet à vos premiers prospects .....	142
Parlez de vous et de votre projet à des inconnus .....	143
Parlez de vous et de votre projet à un groupe, un public.....	146
<b>Clé n° 5 - Survivre en milieu hostile .....</b>	<b>153</b>
Pourquoi hostile ?.....	154
L'enfer, est-ce les autres ? .....	154
Votre pire adversaire, c'est vous-même ! .....	156
Savoir répondre en prenant du recul .....	160
Comment prendre du recul ? .....	160
Choisir de répondre ou non .....	166
Les <i>vade-mecum</i> .....	171

Soignez votre « 51 » .....	175
Annexes.....	177
Les différents types de structures juridiques .....	177
Oser entreprendre : ils et elles l'ont fait ! Rencontrez-les.....	181
Conclusion .....	188
Résultats des tests .....	189
Index .....	190

# Préface

Selon un baromètre IFOP « Les Français et la création d'entreprise » de janvier 2010, 25 % de nos compatriotes envisagent de créer leur entreprise à un moment ou un autre de leur vie professionnelle ; 2,3 millions de personnes pensent lancer leur projet dans les deux ans. Rendez-vous compte : 2,3 millions d'entrepreneurs en puissance !

Et vous ? Où en êtes-vous de votre envie d'entreprendre ? Vous êtes surpris par ma question ? Vous vous attendiez sans doute à ce que je me préoccupe plus de votre projet ou de votre idée de business que de vos envies.

Détrompez-vous ! Depuis la création de ma société, AZ Initiats, en 2003, nous avons rencontré plus de mille cinq cents candidats entrepreneurs. J'ai vu de superbes idées, basées sur de véritables opportunités de marché, qui n'ont jamais abouti, parce que l'envie de la femme ou de l'homme qui les portait n'était pas assez forte pour leur donner vie.

*A contrario*, combien de fois des idées plus ou moins banales, sur des marchés *a priori* sans attractivité apparente ont donné naissance à de vraies activités pérennes, parce que celle ou celui qui les portait à bout de bras parvenait à vous transporter dans son univers par sa volonté et son professionnalisme communicatif.

Sur les mille cinq cents candidats entrepreneurs que nous avons croisés, seuls cinq cents avaient une envie telle qu'ils vous donnaient envie à votre tour d'y croire et de les suivre, même au stade le plus précoce de leur projet.

Tous les entrepreneurs le savent. À l'origine de toute création d'entreprise, il y a cette voix dans un coin de votre tête qui martèle : « *J'AI ENVIE !* » Pour ne pas en rester au simple stade stérile du rêve ou du fantasme, votre envie doit grandir, grossir, mûrir, jusqu'à déclencher en vous la phase clé : « *JE VEUX !* »

Votre volonté est la vraie condition pour entreprendre.

Lénine disait, « *Là où il y a une volonté, il y a un chemin* ». Derrière toutes les théories sur la création d'entreprise, être entrepreneur, c'est être entreprenant, c'est décider viscéralement d'agir. Sans cette envie forte qui vous donne la volonté d'aller de l'avant, même la plus belle des idées, même le plus séduisant des projets restera au seul stade de chimère.

Vous voulez une preuve ? Nous allons la trouver ensemble en analysant les raisons d'abandon des candidats entrepreneurs. En effet, malgré des chiffres très encourageants depuis près de dix ans, si vous croisez la route de ces gens qui ont envie d'entreprendre, voire ont un projet sur le point d'aboutir (dont nous parlions plus haut), vous constaterez tout comme moi qu'il existe un gouffre : seule une idée sur cinq voit le jour ! Et, phénomène surprenant, aucune amélioration n'est réellement observée ces dernières années.

Vous imaginez sans doute que ces « actes entrepreneuriaux manqués » sont à imputer à la conjoncture économique, aux difficultés de financement, à la complexité administrative Française ? Il n'en est rien ! Plusieurs organismes se sont d'ailleurs penchés au chevet de ces candidats entrepreneurs qui abandonnent, notamment la

très sérieuse APCE (Agence pour la création d'entreprises) dans son étude de 2004 sur les mécanismes de renoncement, pour comprendre ce phénomène persistant.

L'analyse des résultats, aux différents stades de la démarche entrepreneuriale, est sans appel : une envie sur deux est abandonnée avant même que le candidat entrepreneur passe à l'action pour étudier la faisabilité de son projet sur le terrain auprès de ses prospects, clients ou consommateurs, découragé par des difficultés qu'il imagine plus qu'il ne les rencontre réellement.

Cela signifie que 50 % de ces envies ne sont pas suffisamment ancrées chez les apprentis entrepreneurs pour libérer l'énergie nécessaire à leur mise en action ! Certes, vous sentez bien intuitivement que cette action doit être organisée et constante dans le temps. Surtout vous comprenez très vite qu'elle exige de vous une confiance de tous les instants dans votre capacité à trouver des solutions aux besoins de vos clients ainsi que des réponses crédibles aux multiples questions de vos nombreux interlocuteurs.

Cette confiance en vous passe par une bonne connaissance de ce qui vous motive, de vos compétences. Elle passe également par l'acceptation de votre droit à l'échec, le risque très personnel de ne pas être aussi parfait que vous l'imaginiez... C'est cette excellente connaissance de vous, de vos désirs, de vos atouts et éventuellement de vos faiblesses qui maintiendra l'envie et vous donnera la volonté de continuer.

Vous voilà rassuré ? Vous avez l'envie, la volonté d'en découdre ? Vous êtes crédible dans votre démarche de futur entrepreneur.

Et si à présent vous me parliez de votre idée, de votre projet ? Alors, faites-le moi imaginer, ce projet qui vous occupe. Suscitez mon intérêt, donnez-moi confiance jusqu'à ce que vous emportiez mon adhésion.

Soyez clair, précis, concis et compréhensible. Reformulez vos propos, encore et encore, jusqu'à ce que même votre grand-mère comprenne ce que vous faites ! Pourquoi est-il si important de convaincre votre grand-mère ? Parce que (en dehors de l'éventualité qu'elle vous finance), une idée sur trois avorte lors de cette phase de formalisation.

En effet, l'apprenti entrepreneur, malgré ses nombreuses tentatives, se heurte trop souvent à l'incompréhension de ses divers interlocuteurs et se décourage. Ne réussissant pas à communiquer son enthousiasme et à partager ses idées, il en vient à douter de la pertinence de sa démarche et à perdre sa confiance en lui. Il abandonne.

Ne me faites pas dire que créer une entreprise n'est qu'une question de communication. Cependant, je sais par expérience que pour lancer une activité, rien ne sert d'élaborer le plus beau des produits ou des services si, dès le stade de l'idée, votre entourage personnel et professionnel n'y croit pas suffisamment pour se fédérer autour de vous.

Loin des grandes théories et des boîtes à outils hyper-techniques, Philippe Coste vous donne dans son ouvrage les clés de votre confiance et de votre communication, pour devenir l'entrepreneur de votre envie, de votre volonté et de vos idées, reconnu par vos pairs.

J'espère que vous prendrez autant de plaisir à lire et à utiliser son livre que j'en ai à travailler avec lui depuis presque dix ans. Je souhaite ainsi que vous puissiez devenir le héros de ce que je nomme votre « légende d'entrepreneur » !

Hervé Dechene, fondateur d'AZ Initiatus  
([www.az-initiatys.fr](http://www.az-initiatys.fr))

# Introduction

NON !

Voici un premier mot curieux pour commencer un livre. Non quoi ? Non à quoi ?

Non, créer son entreprise n'est ni compliqué, ni difficile. Non, monter son entreprise n'est pas réservé à une classe d'âge particulière, à ceux ou celle qui ont de l'expérience, à ceux ou celles qui ont des moyens conséquents, qui ont du temps, ou que sais-je encore ?

Non. Pour se mettre à son compte, il ne faut pas un talent spécial, des compétences innées, ou une sorte d'onction quasi divine.

Non à ces idées reçues, que j'entends encore courir et ramper dans les têtes de beaucoup de gens, distillant alors un venin insidieux composé de méfiance, de peur, et conduisant trop souvent à la paralysie.

Entreprendre. Prenez le dictionnaire (*Le Petit Robert*). Lisez la définition de ce verbe : « *Se décider à faire quelque chose et s'engager dans son exécution.* »

Voilà. C'est tout bête : nous avons déjà tous entrepris bien des choses dans nos vies. Des petites, des plus grandes, des simples, des complexes. Citons, en vrac et à titre d'exemple, partir en voyage, décrocher un poste, trouver et séduire l'âme sœur, préparer un repas, passer son bac, etc. La liste est infinie.

Entrepreneurs. Nous le sommes tous. Parce que nous l'avons tous été et que nous le serons encore. Et parce qu'entreprendre est un acte profondément humain : cherchez autour de vous et même sur vous une chose, matérielle ou non, dont l'origine ne soit pas, hormis les créations de la nature, une entreprise d'un autre être humain. Vous ne trouverez pas. Marchand ou non marchand, peu importe. Le monde s'est aussi construit, parce que des gens ont entrepris.

Ainsi sommes-nous tous et toutes les « Monsieur Jourdain » de l'entrepreneuriat. Tel le personnage de Molière qui faisait de la prose sans le savoir, nous sommes tous entrepreneurs sans forcément le réaliser. Toutes ces entreprises dans lesquelles nous nous sommes lancés, qu'elles aient été couronnées de succès ou marquées par l'échec, ont un point commun et un seul. À un moment donné, à un instant « t », nous avons osé. Osé y aller, osé nous jeter à l'eau, osé franchir le pas. Avec une peur plus ou moins forte aux tripes, un espoir proportionnel à nos attentes chevillé au corps.

Oser. Le mot est lâché. Oser entreprendre.

Prenons une autre définition du dictionnaire : « *Hardi, audacieux dans ses projets* ». Savez-vous à quel mot cette définition correspond ? Non ? Au mot « *entreprenant* ».

Parce que vous n'avez au fond besoin de personne d'autre que vous-même.

Parce qu'entreprendre est dans votre nature humaine.

Parce qu'il n'est pas seulement question de compétences ou d'argent.

Parce que toute entreprise est avant tout une affaire de confiance en vous.

Vous pouvez monter votre entreprise.

Il ne vous reste plus qu'une chose à faire : oser !

## Un livre pour les créateurs d'entreprise plutôt que sur la création d'entreprise

Il existe une littérature abondante et souvent très bien faite sur la création d'entreprise. Des témoignages, des conseils, des modèles, des idées, des pistes, bref, une boîte à outils très fournie. Ce livre a pour sujet non pas la création d'entreprise, mais vous, son créateur. C'est probablement le premier à s'intéresser à l'entrepreneur plutôt qu'à la validité du projet ou à la construction de l'entreprise. Non que ces deux derniers items ne soient pas importants. Ils le sont, bien entendu ! Mais entreprendre est fondamentalement une histoire entre l'entrepreneur et... lui-même !

Vous pourrez avoir la plus puissante des envies, la plus belle des idées, le plus extraordinaire savoir-faire, ouvrir la porte de votre aventure sera un acte qui ne dépendra que de vous, en tant que personne. C'est pourquoi être clair sur vos motivations, définir votre profil, savoir gérer les moments difficiles avec vous et votre entourage, mais aussi maîtriser votre discours pour expliquer, convaincre, séduire et donner envie de vous suivre, prendre votre place en somme et vous y sentir parfaitement à l'aise sont des atouts primordiaux lorsque vous vous lancerez dans l'aventure.

Posséder ces atouts vous rapporte une chose plus importante que l'argent, les compétences, le temps, l'énergie ou les réseaux : de la confiance en vous. L'ambition de ce livre est de vous donner les

clés pour la faire grandir et la cultiver. La confiance en vous, c'est votre plus précieux capital, car c'est elle qui va vous permettre d'oser, de franchir le pas et de durer.

## À qui s'adresse ce livre ?

Entreprendre c'est, dans l'ordre : une envie, puis une idée, puis une ébauche, suivie d'un projet et enfin d'une naissance. Ce livre s'adresse à tous ceux et toutes celles qui sont à l'un ou l'autre de ces stades. Peu importe que vous soyez en activité, sans emploi, avec ou sans expérience, jeune ou vieux.

### L'envie

C'est le désir profond, le souhait qui se fait de plus en plus pressant, jour après jour, semaine après semaine, c'est votre moteur. Nous reviendrons sur cette idée fondamentale dans la première partie de cet ouvrage, intitulée « Porte-clés perso ». Cependant personne n'a jamais créé sans avoir l'envie de le faire.

À ce stade, vous **VOULEZ** créer votre entreprise. Vous y pensez régulièrement.

### L'idée

En étant un peu provocateur, je dirais qu'elle est bonne puisque c'est la vôtre. L'idée est le germe de l'entreprise. Elle peut surgir n'importe où, à n'importe quel moment, surtout lorsqu'on ne la cherche pas. L'idée est la première manifestation concrète de votre future entreprise.

À ce stade, vous voulez créer votre entreprise **DE** quelque chose. Vous y pensez souvent.

## L'ébauche

Ce stade est, d'une part, celui des grandes questions : qu'allez-vous apporter ? Sur quel marché ? Pour quels clients ? Comment allez-vous vous y prendre ? Y a-t-il une valeur ? Êtes-vous la bonne personne ? Etc. Et celui, d'autre part, du dessin des grandes lignes : financières, commerciales, production, personnelles, etc.

À ce stade, vous **RÉFLÉCHISSEZ** à créer votre entreprise. Lorsque vous en êtes là, vous y pensez presque tout le temps !

## Le projet

C'est le stade ultime avant la naissance, la création réelle. Tout est dans votre tête et sur le papier. Tout est beaucoup plus précis, clair et étudié. Vous avez analysé votre marché, ciblé vos clients, soupesé votre valeur, rassemblé vos forces, convaincu votre entourage. C'est le stade des business plans, des prévisionnels sur trois ans, des contacts approfondis.

À ce stade, vous **ALLEZ** créer votre entreprise. Lorsque vous en êtes là, vous ne pensez plus qu'à ça !

## La naissance

Il existe deux naissances pour une entreprise. La réception du Kbis ou du numéro SIRET et la première vente. Je préfère la seconde. Une entreprise ne peut exister sans acte commercial. Cela paraît aussi évident de l'écrire que de le lire, mais cela place au centre objectif de toute création l'élément le plus important de l'aventure en dehors de vous-même : le client.

À ce stade, vous **AVEZ** créé votre entreprise. Vous n'avez plus besoin de ce livre, sauf pour vous remémorer votre parcours et peut-être, à votre tour, accompagner un futur créateur !

## Le droit à l'erreur

Tout gosse, vous êtes sûrement tombé en tentant de faire du vélo (j'allais dire, en « entreprenant » de faire du vélo). Pour autant, vous y êtes finalement parvenu, n'est-ce pas ?

Ce livre s'adresse aussi, et c'est important, à tous ceux qui ont tenté le coup et qui, n'ayant pas réussi, souhaitent réessayer. Le droit à l'erreur existe aussi lorsqu'on entreprend. Pourquoi pas ? Certes, tout semble plus difficile après un échec. Mais si la confiance en vous n'est pas brisée, tout est encore possible.

Vous repartez du début avec un surcroît d'appréhension, quoi de plus naturel, mais aussi avec une expérience très utile. Si au premier essai infructueux vous n'avez pas laissé votre chemise, il n'y a aucune raison objective de ne pas recommencer.

## CE LIVRE, EN PRATIQUE

Le mot est bien choisi : « *pratique* ». L'objectif de ce livre est de vous donner des clés pour que vous ouvriez la porte de votre aventure et franchissiez le pas. Il est structuré en deux parties, deux « porte-clés ».

Le premier porte-clés vous concerne en tant qu'entrepreneur. Cette partie vous donne un certain nombre de clés et de pistes pour mieux vous connaître et clarifier, si besoin est, vos motivations. Il ne s'agit pas de verser dans la psychologie, mais de vous permettre d'être conscient de vos atouts, de vos désirs, de vos forces et de vos faiblesses, pour que vous puissiez renforcer votre confiance en vous et oser prendre votre place.

Dans cette première partie, vous allez :

- définir votre profil d'entrepreneur et en connaître les avantages et inconvénients ;
- identifier vos moteurs d'entrepreneur, ce qui vous fait vraiment bouger et apprendre à vous en servir au mieux ;
- découvrir le chef d'entreprise que vous allez être, et les conséquences de cela dans vos rapports avec autrui ;
- savoir comment vous affirmer en tant qu'entrepreneur et prendre votre place ;
- savoir comment gérer les moments difficiles que vous vivrez inévitablement.

Vous trouverez aussi un test sous forme de quiz pour vous aider à y voir clair, et une rubrique intitulée « PEF » (pour « pièges et erreurs fréquents »).

Le second porte-clés, lui, est relatif à votre discours. C'est le porte-clés « communication ». L'objectif est de vous donner les clés pour savoir parler de vous et de votre projet.

Pour quels bénéfices ? Éveiller l'intérêt, être compris, provoquer les questions, être l'objet de l'attention et séduire vos interlocuteurs, quels qu'ils soient (partenaires, associés, financeurs, entourage proche et moins proche, inconnus, etc.). Ici aussi, des tests pratiques ainsi que des « PEF » vous attendent.

Vous trouverez également, à la fin du livre, une annexe consacrée aux différents types de structures juridiques, ainsi qu'une bibliographie.

Enfin, en annexe 2, nous vous proposons une liste très précieuse : trente-quatre entrepreneurs, que j'ai eu le plaisir et le privilège d'accompagner à leurs débuts. Trente-quatre personnes, femmes et hommes qui ont osé créer leur entreprise, qui de surcroît a