

# Le succès dans la vie d'entreprise



**Juvet Nerval Romaric Nibokena  
Bonazebi**

# **Le succès dans la vie d'entreprise**

L'école des grands

LES ÉDITIONS DU NET  
126, rue du Landy 93400 St Ouen

© Les Éditions du Net, 2023  
ISBN : 978-2-312-13871-8

*À mon épouse et à mes enfants,  
À mes amis et frères en Christ  
À mon Dieu qui reste mon soutien indéfectible*



# Avant-propos

L'entreprise est une « unité économique, juridiquement autonome dont la fonction principale est de produire des biens ou des services pour le marché ». Choses avant d'en douter. Alain (idées philosophiques) dit : « *chacun doute le mieux de ce qu'il connaît aussi le mieux* ». Ce qui confirme le fait qui stipule que se tromper est une caractéristique humaine que le temps couronne.

Mon coauteur et moi tous deux ensemble, sur un sujet aussi argumentatif que philosophique uniquement, nous avons pensé et tenter de comprendre pourquoi le doute, toujours et tout le temps. Mais où est donc la place de la croyance, de la confiance, de la recherche de l'évidence ou de la réflexion ?

C'est pourquoi autour de cette question nous essayons d'élucider quelques esprits et donner ainsi quelques pistes de solutions autour du doute, ses causes, ses conséquences, ses bienfaits et ses méfaits, afin de prêter sa vie à une prudence et se mettre à une quête de vérité par une réflexion et une analyse des faits ou autour des opinions d'autrui avant d'y prêter foi.



# Comprendre l'idée d'entreprise

L'idée qui va aboutir à la création d'une entreprise peut avoir de nombreuses origines. Elle peut être le fruit d'une expérience professionnelle, naître d'un savoir-faire, d'une formation ou tout simplement, être le résultat d'une série de circonstances engendrées par un désir profond ou une intuition.

Notre monde est en pleine mutation et cela s'accélère encore avec le numérique, le changement climatique, l'économie collaborative, le phénomène de la mondialisation, etc. Les données de marketing se périment plus vite que par le passé : le comportement des consommateurs évolue rapidement, les principes de commercialisation et de distribution sont eux aussi en pleine évolution. Une telle période de changements et de remises en cause se révèle propice aux opportunités pour qui veut les détecter et les saisir. Pour cela, il faut se mettre dans une disposition d'esprit favorable, se résumant à : esprit critique, curiosité intellectuelle, ouverture d'esprit. Avoir en permanence l'esprit critique, de manière à : juger du bien-fondé des offres commerciales

présentes, évaluer les réels mérites des positions acquises, percevoir les lacunes des systèmes établis, mettre en évidence les défauts et les imperfections des produits ou des services offerts, repérer l'absence d'offre de solutions face à un besoin ressenti. Avoir l'esprit critique, consiste, de manière concrète, à établir des constats et repérer, dans notre cadre professionnel et privé, tout ce qui pourrait être amélioré, tout ce qui nous complique la vie ! *Avant de créer une entreprise, vous devez **trouver une idée**. Ensuite, il est nécessaire de la **tester**, et de la **valider**. Ce n'est qu'à compter de cet instant que votre idée se transforme en véritable projet d'entreprise. Il faudra, par ailleurs, que vous pensiez à **protéger cette idée**. Différents moyens existent pour trouver une idée de création d'entreprise. Vous pouvez, tout d'abord, analysez vos **compétences** et vous **écoutez**, tout simplement. Qu'aimeriez-vous faire ? Quels sont vos domaines de prédilection ? Échangez avec vos proches (familles, amis...). Si nécessaire, inscrivez-vous à des **salons** qui abordent les thèmes de la création/reprise d'entreprise, suivez des **formations**, etc. Mais avoir une bonne idée ne suffit pas pour réussir un projet d'entreprise, encore faut-il vérifier sa **pertinence** (est-elle bonne ?), l'**affiner** (quelle cible vise-t-elle exactement ?) puis la **valider définitivement** (y-a-il une adéquation entre votre offre et la demande ?). Ces étapes, assez délicates, supposent une phase de **test préalable**. Dans la plupart des cas, cela se traduit par la réalisation d'une étude de marché.*

Une fois votre projet bouclé, vous aurez probablement intérêt à **protéger votre idée de création** (nouveau concept ou nouvelle technologie, produit innovant...). Vous disposez, pour cela, de plusieurs outils juridiques : dépôt d'un brevet ou d'une marque, obtention d'un certificat d'utilité, protection des dessins et modèles, remise d'un pli à un tiers... Parfois, il vaut mieux se faire accompagner par un professionnel pour sécuriser ses innovations.

Dans le cadre de la conception de produit, le **minimum viable product (MVP)**, ou produit minimum viable en français, est la première version d'un produit, réalisée le plus tôt possible et à moindre frais. Il permet à l'entrepreneur de formaliser son idée très rapidement et de la confronter aux clients. Ce dossier vous explique tout ce qu'il faut savoir sur le minimum viable product (MVP) : Le minimum viable product (MVP) : définition et utilisation L'intérêt du MVP pour l'entrepreneur Le précieux retour des clients obtenu grâce au MVP Les étapes de mise en œuvre d'un MVP Le minimum viable product (MVP) : définition et utilisation Le minimum viable product (MVP) correspond à une version d'un produit conçue très rapidement, [...]



# L'origine de création d'une entreprise

La stratégie océan bleu permet d'éviter de lancer une activité sur un marché saturé et hyper concurrentiel, et donc aux perspectives de croissance limitées. Pour cela, l'entreprise doit abandonner l'affrontement avec ses concurrents, afin de chercher à créer une nouvelle demande, et de la capturer grâce à une nouvelle offre innovante. La mise en place de la stratégie océan bleu s'effectue grâce à deux outils : le canevas stratégique et la grille des 4 actions. Ce dossier vous explique tout ce qu'il faut savoir à propos de la stratégie océan bleu : La stratégie océan bleu : définition Quel est l'intérêt de la stratégie océan bleu ? Comment mettre en place la stratégie océan bleu ? La stratégie océan bleu [...]

Si votre projet de création d'entreprise consiste à vous implanter sur un marché dans lequel se trouvent déjà de nombreux concurrents, il est préférable de travailler sur un positionnement qui vous permettra de vous différencier de vos concurrents. Cette stratégie vous permettra d'intéresser un segment de clientèle grâce à votre offre, qui