

Trouver du soutien pour faire croître votre entreprise

Commencer dans le monde des affaires peut sembler intimidant, particulièrement si vous n'avez jamais été gestionnaire d'entreprise ou exploitant. Ce qui peut être utile, c'est d'avoir une série de ressources vers lesquelles vous pouvez vous tourner afin d'avoir des réponses à vos questions.

Types de conseillers

Il y a deux types de conseillers : passifs et actifs.

Les conseillers passifs sont ceux de qui vous pouvez apprendre, mais avec qui vous n'avez peut-être pas de relation personnelle directe. Par exemple, l'auteur d'un livre sur votre industrie ou sur les affaires en général.

Les conseillers actifs sont ceux que vous connaissez personnellement ou avec qui vous pouvez interagir par des moyens de communication synchrones ou asynchrones.

- **Une conversation synchrone** en est une en direct, en personne, au téléphone ou par Internet.
- **Une conversation asynchrone** serait par exemple un échange par courriel avec une personne ou un commentaire sous une vidéo YouTube d'un expert de votre industrie qui utilise ensuite ce commentaire pour créer une nouvelle vidéo qui est utile à votre situation.

Nous pouvons également placer nos conseillers et mentors dans les catégories de leaders et de pairs.

Les leaders sont ceux qui ont plus d'expérience que nous dans notre domaine ou dans les affaires en général. Pensez à la personne qui a déjà possédé une entreprise établie dans votre industrie ou une personne à la retraite qui a passé sa vie à exploiter une entreprise.

Les pairs, d'un autre côté, sont ceux qui sont dans une position similaire, mais qui peuvent vous aider à apprendre plus rapidement alors qu'ils doivent gérer des situations auxquelles vous pourriez également faire face. Ces pairs peuvent être dans la même industrie ou dans une différente.

	Passifs	Actifs
Leaders	<ul style="list-style-type: none"> ● Chaîne YouTube ou balado avec du contenu de l'industrie ● Un livre sur comment exploiter une entreprise dans votre industrie ● Un livre sur les affaires en général ● Un livre sur un sujet spécifique sur le monde des affaires qui pourrait vous aider, comme les ressources humaines ● Un événement de l'industrie comme un salon professionnel avec des possibilités de s'instruire 	<ul style="list-style-type: none"> ● Un expert-conseil avec expérience dans votre industrie. ● Un mentor avec expérience dans votre industrie qui veut vous aider. ● Une personne d'expérience dans votre industrie sur les médias sociaux (p. ex. LinkedIn ou Instagram) avec qui vous pourriez interagir ● Un consultant ou un conseiller d'une organisation supportant les entreprises tel que Femmes en affaires Nouveau-Brunswick
Pairs	<ul style="list-style-type: none"> ● Un groupe Facebook ou LinkedIn où il y a des discussions sur votre industrie ● Balados sur le démarrage d'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> ● Association professionnelle ou groupes de réseautage d'affaires ● Contacts dans des événements de l'industrie ● Groupe mastermind

Prenez un peu de temps pour faire de la recherche sur chacune de ces catégories et bâtir une constellation de conseillers.

Trouver des leaders à suivre

Leaders passifs

Quels domaines des affaires croyez-vous devoir mieux comprendre? Comprendre l'industrie, l'embauche, la comptabilité, la publicité, l'achat, etc. :

Cherchez des ressources sur votre industrie ou sur des sujets spécifiques d'entreprises et faites-en une liste pour que vous puissiez la trouver rapidement lorsque vous devez approfondir vos connaissances :

Chaînes YouTube	Balados	Livres

La meilleure liste au monde ne sera pas utile si vous ne vous servez pas de ce qu'elle contient. Planifiez comment et quand vous allez vous engager avec les ressources que vous avez identifiées :

Allez en ligne et cherchez des événements de l'industrie. Utilisez des mots-clés comme Salon commercial de **[votre industrie, exposition de votre industrie, Conférence de votre industrie]**. Vous voudrez peut-être également ajouter le terme « virtuel » alors qu'il y a quelques événements qui se tiennent entièrement en ligne. Toutefois, il est plus difficile de rencontrer dans des événements en ligne des pairs avec qui vous pouvez créer une réelle relation personnelle. Dressez la liste des événements de l'industrie, quand/où ils ont lieu et leurs coûts approximatifs. Vous allez peut-être vouloir en ajouter un à votre prévision de mouvement de trésorerie de l'entreprise afin de pouvoir y assister :

Leaders actifs

Dans cette section, nous voulons identifier les personnes avec qui vous pouvez communiquer quand vous avez besoin de discuter d'un problème et d'avoir quelques conseils avisés de la part de quelqu'un qui a eu une expérience semblable en affaires ou qui a travaillé et conseillé d'autres personnes de votre industrie.

Qu'une personne soit rémunérée ou non détermine souvent si on peut la qualifier d'experte-conseil ou de mentore. **Les experts-conseils** peuvent souvent être payés pour faire du travail pour vous alors que **les coachs** ne font généralement pas votre travail, mais peuvent toutefois vous aider à organiser vos pensées, vos actions et vos objectifs.

Les conseillers rémunérés peuvent être trouvés dans des services en ligne comme www.Clarity.fm, www.Pensight.com ou à travers des recherches Internet. Essayez de chercher des termes comme [**expert-conseil de votre industrie**], [**conseiller de votre industrie**], [**coach de votre industrie**]. Vous voudrez peut-être ajouter un élément géographique à votre recherche comme conseiller de votre industrie Canada. Toutefois, n'écartez pas le travail avec des conseillers d'autres pays, particulièrement si votre industrie est plus développée et compétitive à cet endroit, comme aux États-Unis.

Dressez la liste des noms, sites Web et frais associés avec les conseillers trouvés :

Les mentors sont souvent des gens qui vont vous aider gratuitement et généralement parce qu'ils sont motivés par un désir qui n'a rien à voir avec l'argent, comme le fait d'aider la génération suivante, aider leur communauté, aider un membre de la famille, etc.

Afin de se qualifier pour votre liste, ces mentors doivent avoir de l'expérience dans la propriété d'une entreprise, la gestion ou dans une discipline spécifique des affaires dans laquelle vous avez besoin d'aide, comme la comptabilité, les ressources humaines, etc.

Voici quelques moyens courants pour trouver un mentor : Soyez à l'affût d'un contact familial. Une façon facile de le faire serait d'utiliser une plateforme de média social comme Facebook. Créez une publication disant « Bonjour aux gens de mon réseau. Je suis à la recherche d'une personne avec expérience exploitant ou gérant une entreprise dans [**mon industrie**]. Est-ce que je connais quelqu'un qui a cette expérience ou qui peut me mettre en contact avec quelqu'un? »

Une personne qui est active dans votre industrie dans votre marché pourrait ne pas vouloir vous aider, mais quelqu'un qui est activement dans votre industrie dans une autre province ou ville pourrait être prêt à aider une personne avec qui il est en contact pour prodiguer des conseils et de l'orientation.

Dressez la liste des personnes que vous trouvez dans votre réseau personnel qui pourraient être mentors et inscrivez leurs coordonnées :

Nous allons ensuite chercher des personnes dans la sphère des entreprises en ligne en utilisant LinkedIn et Google.

Si vous n'en avez pas déjà un, créez un profil LinkedIn et faites en sorte qu'il soit le plus complet possible. Décrivez-vous comme un aspirant entrepreneur de votre industrie. Invitez autant de contacts personnels que possible à joindre votre réseau; les nouveaux profils avec peu de contacts peuvent avoir l'air de faux comptes.

Une fois que vous avez complété le profil et quelques relations, commencez à effectuer des recherches pour des gens avec des mots clés pour l'industrie dans leurs profils. Envoyez des demandes pour joindre votre réseau à ces gens d'un ordinateur portable où vous pouvez établir dans la demande d'ajout que vous voulez entrer en contact avec des gens de votre industrie parce que vous voulez que votre entreprise ait plus de succès.

Cela devrait être une tâche quotidienne pendant quelques semaines avec entre 10 et 20 demandes de relations envoyées quotidiennement.

Dressez la liste de gens avec qui vous avez eu un contact qui ont de l'expérience dans votre industrie avec qui vous pourriez être en mesure de discuter au sujet de questions spécifiques ou de problèmes dans votre entreprise :

Une belle source de contacts pour cette tâche est d'utiliser les groupes LinkedIn, que nous verrons plus loin.

Trouver des conseillers parmi vos pairs

Pairs passifs

Les groupes sur Facebook et LinkedIn concernant votre industrie sont une riche source d'information et de contenu qui peut s'avérer utile. Ils sont un grand secteur d'activités pour les professionnels du marketing qui font la promotion et la vente de services conçus pour être attrayants pour des entrepreneurs comme vous.

En effectuant de la recherche sur ces plateformes, vous pouvez souvent trouver quelques groupes. Recherchez des groupes qui sont actifs, soit qui comptent de nombreux commentaires et réponses aux publications faites par les membres. Les groupes modérés ont des gestionnaires qui décident si une publication en particulier est permise ou non et c'est une façon de contrôler les publications indésirables. Les groupes qui ont des règles strictes sur les publications sont également souvent plus utiles.

Faites des recherches en incluant le type de votre entreprise et ajoutez des mots comme : **groupe, rencontre, entreprise, propriétaires** ou une combinaison, comme « **groupe de propriétaires d'entreprises de traiteur** » ou « **association professionnelle de distributeur de gadgets** ».

Joignez-vous à ces groupes et commencez à les visiter de façon régulière pour voir quel genre de publications de qualité sont faites. Regardez qui commente puisque ces gens peuvent être de nouvelles relations intéressantes pour vous. De plus, ils peuvent avoir des recommandations de balados et des vidéos YouTube y sont souvent partagées, ce qui peut aussi vous mener vers de nouvelles ressources.

Dressez la liste de groupes que vous avez trouvés sur Facebook et LinkedIn qui discutent de votre industrie :

Les pairs passifs comprennent également les balados et les chaînes YouTube qui discutent de sujets concernant généralement le démarrage d'entreprise. Il en existe plusieurs et vous devrez peut-être creuser un peu pour trouver des exemples qui vous parlent. Apprenez à utiliser l'application des balados de votre téléphone afin de pouvoir les écouter alors que vous êtes au volant de votre voiture. C'est une bonne façon de faire usage du temps qui ne serait normalement pas productif.

Dressez la liste des balados d'entreprises générales ou d'entreprises en démarrage que vous avez trouvés ici :

Pairs actifs

Ajoutez des relations avec des gens qui font face à des défis semblables aux vôtres, que vous pouvez rencontrer et à qui vous pouvez parler régulièrement puisque cela peut être une ressource de grande valeur en affaires. Envisageons le fait que vous pouvez rencontrer ces gens et comment vous pouvez créer un scénario pour un soutien et un apprentissage en continu :

Associations commerciales

Découvrez les associations commerciales de votre industrie et les associations géographiques générales de votre ville/région. Contactez leurs organisateurs et demandez-leur spécifiquement quelles occasions pourraient être possibles afin de pouvoir rencontrer d'autres exploitants d'entreprise comme vous. Une association qui publie du contenu pourrait être bien pour de l'apprentissage, mais une association qui a des événements en personne de façon régulière sera encore mieux pour bâtir des amitiés qui pourraient vous aider à faire croître et gérer votre entreprise.

Utilisez Google et trouvez des associations commerciales et industrielles. Dressez-en la liste et leurs sites Web ici :

Après avoir assisté à un événement, dressez la liste des noms et des coordonnées des personnes que vous avez rencontrées qui sont aussi dans votre industrie, qui sont soit au même stade ou plus avancées que vous :

Groupes de mastermind

Un groupe mastermind est composé de personnes qui sont dans le monde des affaires et qui veulent croître et se soutenir les unes les autres. Ils sont généralement composés de participants qui ne sont pas en compétition – soit des personnes dans des marchés différents de la même industrie (p. ex. un groupe de concessionnaires automobiles à travers le pays) ou des entrepreneurs dans le même secteur géographique qui sont dans différentes industries.

Les groupes mastermind sont généralement composés de huit à 12 propriétaires d'entreprise qui peuvent apprendre des expériences de l'un et de l'autre. Il y a quelques façons d'y entrer : payer une compagnie qui anime ces groupes, se joindre comme membre remplaçant après le départ d'un autre membre ou en lancer un soi-même.

Groupes mastermind payants.

Les groupes payants ont souvent un animateur. Cette personne oriente la conversation, garde les membres sur le droit chemin et aide les gens à adhérer au format des réunions. Ces groupes ont tendance à être très structurés et ne sont pas seulement des « réunions pour une conversation ». Attendez-vous à ce qu'on vous demande de contribuer à un objectif à court et à long terme, donner des mises à jour sur votre progrès à chaque réunion, partager les victoires et les défis de votre entreprise et répondre aux questions des autres membres.

Une des raisons pour lesquelles les gens se joignent à un groupe mastermind, c'est pour trouver quelques pairs et les responsabiliser sur ce qu'ils disent vouloir faire.

Les groupes mastermind payants peuvent se trouver en ligne et plusieurs fonctionnent de façon virtuelle et se rencontrent régulièrement en Zoom. Les groupes mastermind dans le secteur local peuvent se rencontrer en personne.

Attendez-vous à payer de quelques centaines de dollars par année à quelques centaines de dollars par mois pour un abonnement à ce type de groupe. Ces groupes continuent pour une durée indéterminée et sont souvent en mesure de faciliter des relations de grande confiance et une véritable camaraderie entrepreneuriale.

Effectuez une recherche Google sur votre industrie en ajoutant des mots comme mastermind, groupes de coaching, etc. Par exemple, une recherche pour « **groupe mastermind de propriétaires de restaurant** » a mené à des articles sur les groupes mastermind en général, mais également vers des liens pour des groupes spécifiques. Vous pouvez également y trouver des commentaires et des avis de la part de membres actifs ou d'anciens membres qui peuvent vous aider à décider de vous y joindre ou non.

Dressez la liste des sites Web d'organismes qui offrent des groupes mastermind payants pour votre industrie ou pour les petites entreprises en général :



Joignez-vous à des têtes pensantes : Les groupes mastermind qui sont exploités de façon privée sont généralement également secrets.

Plusieurs groupes ont des règles sur le fonctionnement des membres à l'intérieur et à l'extérieur du groupe. La plupart de ces groupes ne veulent pas que la communauté en général sache qu'ils se rencontrent pour plusieurs raisons.

La manière la plus facile de trouver un groupe mastermind auquel se joindre est de demander activement à des mentors et des conseillers s'ils peuvent vous mettre en contact avec quiconque voulant ajouter un membre à un groupe mastermind existant.

Dressez la liste de mentors et conseillers que vous pourriez connaître dans un groupe mastermind auquel vous pourriez vous joindre :

Lancer un groupe

Vous pouvez démarrer un groupe mastermind et voici quelques règles essentielles dont il faut tenir compte :

1. Choisir les membres de façon intelligente. Les membres doivent pouvoir se fier à vous au niveau personnel, avoir des expériences semblables et ne pas être des compétiteurs directs.
2. Établir les principes de base en les mettant immédiatement par écrit. Les attentes doivent être claires pour les membres. À quelle fréquence allez-vous vous rencontrer? Quelle sera la durée des réunions? Où allez-vous vous rencontrer? Est-ce qu'il y a une limite à l'adhésion? Comment seront évalués les nouveaux membres? Qu'arrive-t-il aux membres qui ratent des réunions?
3. Avoir une structure et un ordre du jour clairs pour chaque réunion. Si vous ne le dirigez pas de façon professionnelle, un groupe mastermind dégénérera en une réunion sociale et s'effondrera.
4. Choisir un leader du groupe et d'autres postes. Il doit y avoir une personne avec de l'autorité pour maintenir les sujets et l'horaire. Quelques rôles peuvent être délégués à d'autres personnes, comme un chronométrateur, un secrétaire pour les notes, une personne qui enregistre les engagements des membres, etc.
5. Partager de façon égale. Tous les membres doivent avoir la même opportunité pour contribuer et obtenir de l'aide sans quoi ils vont quitter le groupe.

Dressez la liste de quelques autres propriétaires d'entreprise que vous connaissez qui voudraient peut-être rejoindre un groupe mastermind avec vous. Certains d'entre eux peuvent être locaux ou à distance. Vous pouvez peut-être trouver quelques-unes de ces personnes à travers des groupes en ligne dont vous êtes membres comme des groupes de propriétaires d'entreprise sur LinkedIn ou Facebook.

Noms et coordonnées de potentiels membres d'un groupe mastermind :

Il y a plusieurs articles et vidéos en ligne concernant le lancement et la gestion de groupes mastermind, de même que des livres que vous pouvez trouver par l'entremise de Google (recherchez « **lancer mon propre groupe mastermind** ») ou sur Amazon.ca (recherchez « **groupe mastermind** » dans la catégorie des livres pour trouver plus d'options et de guides de démarrage) qui pourraient valoir la peine si vous décidez de créer votre propre groupe.