

## Dix conseils pour gérer et faire prospérer votre entreprise malgré la crise

Dans toute PME, maintenir le cap sur l'activité principale, conserver une trésorerie saine, réduire les frais d'exploitation, augmenter la rentabilité et renforcer les relations avec les fournisseurs et les clients sont autant de méthodes raisonnables pour diriger l'entreprise dans la tourmente économique actuelle.

Toutefois, il ne faut pas craindre la crise au point de barricader portes et volets – la conjoncture peut être porteuse d'opportunités et la poursuite des investissements pendant une récession pourrait bien être le coup le plus intelligent que vous ayez à jouer.

Lorsque les temps sont durs, la priorité de toute entreprise tient en deux mots : efficacité et économies. Mais si vous restez attentif pour repérer les occasions de croissance et en profiter – même au cours d'une récession – votre société se trouvera dans une position nettement plus forte au moment de la reprise. Mieux encore, vous constaterez peut-être que vous avez gagné des parts de marché sur vos concurrents les plus frileux.

Voici 10 conseils tops pour piloter votre activité de manière à survivre à la crise, voire d'en sortir grandi :

1. **Gardez l'œil sur la trésorerie.** Pour la santé de votre entreprise, il est absolument crucial de surveiller et de contrôler le niveau de votre trésorerie. Faites des prévisions mensuelles pour vous assurer que les dépenses courantes et planifiées sont compatibles avec vos recettes. Si vous maîtrisez votre trésorerie, vous serez mieux à même d'utiliser intelligemment les éventuels excédents (voir Investissement).
2. **Obtenez un allongement des délais de paiement.** Si vous manquez de trésorerie, cela vous permettra d'éviter d'avoir à emprunter pour payer vos fournisseurs. Vous pouvez également demander à vos fournisseurs de baisser le prix des matériaux. De plus, certains fournisseurs proposent des offres de leasing particulièrement avantageuses, comme par exemple Cisco Capital.
3. **Négociez une remise pour paiement dans les délais.** Si vous avez de l'argent en caisse, cela vous permettra d'augmenter vos bénéfices. Vous pouvez également demander à votre banquier de revoir ses conditions de financement ou à votre propriétaire de faire un effort sur le loyer.
4. **Elargissez votre base de fournisseurs.** Lorsque les temps sont durs, ne vous reposez pas trop sur un fournisseur en particulier. Si votre activité dépend d'un ou de deux fournisseurs clés, la chute de l'un d'eux peut entraîner la vôtre.

5. **Reportez votre attention sur votre base de clients existante.** Dans une telle conjoncture, vos clients actuels sont votre priorité. Le coût d'acquisition d'un nouveau client est nettement plus élevé que celui du développement de votre base de clients actuelle et votre connaissance de leurs habitudes d'achat vous permettra également de leur proposer des offres spéciales pour les fidéliser davantage et entretenir votre chiffre d'affaires.
6. **Entretenez les relations – avec vos fournisseurs, vos clients et votre banquier.** De bonnes relations vous donneront plus de poids pour négocier des conditions avantageuses avec vos fournisseurs et votre banquier. Elles vous aideront également à renforcer la solidité de vos contacts commerciaux pendant la crise, et après celle-ci.
7. **Maintenez les communications ouvertes et obtenez le soutien de votre personnel.** Faites connaître les difficultés de l'entreprise à votre personnel : c'est un bon moyen de le mobiliser autour d'un objectif commun et de déterminer plus efficacement où et comment faire des économies. Une communication sincère porte toujours ses fruits : lorsque les temps sont durs, chaque employé, fournisseur, conseiller ou client est susceptible de vous apporter un avis précieux et un soutien sur le long terme.
8. **Développez le marketing et la publicité.** Cela semble peut-être paradoxal, mais ce n'est pas le moment de réduire vos dépenses marketing et publicitaires. S'il semblerait prudent de redéployer les moyens financiers sur les secteurs stratégiques de l'activité, renforcer les efforts pour faire connaître votre marque et créer la demande pour vos produits ou vos services est une bonne carte à jouer pendant la crise car vos concurrents prendront certainement l'option contraire.
9. **Investissez dans les nouvelles technologies pour réduire vos coûts et accroître votre compétitivité.** En investissant dans les bonnes technologies, vous pouvez aider votre entreprise à travailler plus efficacement, à réduire ses coûts, à améliorer la satisfaction de ses clients et à prendre une ou deux foulées d'avance sur vos concurrents. Les technologies qui favorisent la collaboration entre les employés, les partenaires, les fournisseurs et les clients sont des atouts sûrs pour doper votre rentabilité et réduire vos coûts.
10. **Dépensez !** En période de récession, ce conseil peut sembler contraire au bon sens économique, mais c'est ce que font les entreprises intelligentes et qui survivent. Si vous continuez à investir dans votre cœur d'activité, par exemple en embauchant du personnel supplémentaire ou en déployant de nouvelles technologies dans un secteur critique capable de vous apporter un avantage concurrentiel, vous serez très certainement en phase d'expansion lorsque la plupart de vos homologues se recroqueront sur eux-mêmes. Si vous investissez dans des initiatives capables de renforcer votre activité, vous serez en position idéale pour accélérer lorsque la crise commencera à se résorber.