



Création d'entreprise : les meilleures idées peuvent vous tuer !

D'où vient l'idée de créer une entreprise ? Comment distinguer une bonne idée d'une mauvaise ? Comment tester son idée ? Comment trouver une idée de création d'entreprise?

Créer une entreprise part toujours d'une **idée**, certes appuyée ou amenée par des motivations ou une situation particulière. **Voir aussi notre article : [165 bonnes idées de création d'entreprise.](#)**

L'idée porte souvent en elle les germes de la réussite du projet ou de son échec : si l'idée est cohérente avec les envies, besoins, savoir-faire et savoir-être du créateur, alors elle aura plus de chances de succès, même si ces éléments ne sont pas suffisants.

Il y a en réalité deux types d'entrepreneurs :

- celui qui a envie d'entreprendre et donc qui recherche une idée,
- et celui qui a une idée et donc souhaite créer une entreprise pour l'exploiter.

L'origine de l'idée.

Les raisons de la création d'entreprise peuvent être très différentes d'un entrepreneur à l'autre :

- **désir d'indépendance**, envie de ne plus avoir de responsable au-dessus de soi,
- envie de **gérer son temps**,
- difficulté à retrouver un emploi salarié,
- besoin ou envie de **s'implanter où l'on veut**, par exemple pour quitter une grande ville,
- envie de se tester, de **faire ses preuves**,
- caractère entrepreneur, créateur,
- envie de créer son propre emploi de manière à **utiliser tout son potentiel et faire ce que l'on aime**,

- désir de prendre sa revanche et de prouver des choses aux autres (entourage, famille, collègues ou ancien patron),
- envie de **gagner plus d'argent**,
- désir de **donner un sens à sa vie**,
- envie d'exploiter une **idée « géniale »** ou une opportunité intéressante.

Chacune de ces raisons est légitime, mais doit être modérée :

- **désir d'indépendance** : n'oubliez pas que votre nouveau patron sera le client !
- **capacité à gérer son temps** : ce sont en réalité vos clients, vos fournisseurs et vos partenaires qui détermineront vos horaires !
- **difficulté à retrouver un emploi salarié** : pensez-vous que l'on puisse créer une entreprise par défaut ?
- **capacité à s'implanter où l'on veut** : pensez-vous que vous trouverez beaucoup de clients en zone rurale ? Pensez-vous que travailler à distance sera tenable à long terme ?
- **faire ce que l'on aime** : vous devrez surtout faire ce que les clients demandent !
- **désir de prouver des choses aux autres** : pensez-vous que l'on crée une entreprise uniquement pour le regard des autres ?
- **gagner plus d'argent** : n'oubliez pas que la rémunération moyenne d'un chef de TPE est souvent inférieure à celle d'un cadre à niveau d'expérience équivalent,
- **donner un sens à sa vie** : si le but est uniquement donner un sens à votre vie, engagez-vous dans une ONG ou créez une association !
- **exploiter une idée « géniale »** : c'est un piège classique (voir point suivant).

En réalité, les meilleures idées mixent certaines des motivations listées ci-dessus :

- L'idée doit être **cohérente avec la personnalité**, les valeurs, compétences, envies et contraintes du chef d'entreprise,
- L'idée doit aussi **répondre à une attente** du marché,
- L'idée doit permettre de se **démarrer des concurrents**, sans être forcément révolutionnaire.

Attention, les meilleures idées peuvent vous tuer !

Attention, flop commercial en vue.

Beaucoup de créateurs d'entreprise se réveillent un matin avec **une idée géniale, voire révolutionnaire**, et décident de la mettre en oeuvre en pensant que personne n'y a pensé avant eux.

Cela constitue un **piège majeur de la création d'entreprise**, mêlant manque d'information et excès de confiance. C'est un piège fatal.

Si vous avez une idée soi-disant géniale, dites-vous que d'autres l'ont eue avant vous, et se sont peut-être cassés les dents. *Savez-vous pourquoi on ne trouve pas de parfum low-cost dans les bureaux de tabac ? Tout simplement parce qu'il n'y a pas de marché pour ça. La marque Bic l'a expérimenté à ses dépens à la fin des années 80.*

Les « failles » de marché sont rares : l'idée qu'un pan de marché à exploiter aurait pu être « oublié » par les concurrents est très souvent fausse. Si une idée n'a pas été exploitée, cela veut dire que les risques ont été jugés trop importants par les concurrents, ou que le marché n'a pas été jugé suffisamment mûre.

Cela ne veut pas dire qu'il n'y aura pas de place pour vous. Une bonne stratégie consiste plutôt à se concentrer sur une **niche**, c'est-à-dire à faire la même chose que ses concurrents mais de manière mieux ciblée, mieux marketée et plus qualitative.

Si vous lancez une idée révolutionnaire, sachez que vous devrez créer vous même votre marché : vous faire connaître mais aussi faire connaître votre innovation, éduquer vos clients, leur expliquer comment ça marche... cela sera usant et coûteux.

En conclusion, si une idée géniale vous tombe dessus, posez-vous la question de savoir pourquoi vous vous raccrochez à elle : cela ne prouve-t-il pas simplement que vous avez besoin de changement dans votre vie professionnelle ?

Comment trouver une idée de création d'entreprise?

Méthode 1 : Partir des ressources dont on dispose.

Cette méthode consiste à faire le point sur les **ressources (internes ou externes)** dont on dispose pour en tirer des conclusions naturelles sur l'activité qui pourrait être exercée :

- savoir-faire, compétences, connaissances,
- facilités, atouts,
- réseau, contacts,
- matériel (outillage, local à disposition),
- argent personnel et argent mobilisable dans l'entourage.

Cette méthode très rationnelle est efficace, mais peut-être un peu « froide »...

Méthode 2 : Partir des tendances du marché.

Cela consiste à **écouter les tendances du marché**, par exemple en lisant la presse spécialisée ou en surfant sur internet. Le but est de se renseigner sur la capacité d'une mode à durer, sur son **cycle de vie**.

L'idéal est d'intervenir dans la **phase de croissance forte d'une tendance**, au moment où la pression concurrentielle est la plus faible du fait du développement rapide des ventes.

Exemple : Je souhaite créer une gamme de produits cosmétiques à base d'huile d'argan : je dois avant tout savoir où en est la tendance : le boom est-il passé ou encore en cours ? quelle est l'évolution du nombre d'articles de presse sur le thème des bienfaits de l'huile d'argan ? comment se portent les concurrents ?

Méthode 3 : Partir du terrain.

Cette méthode consiste à **observer le terrain de manière quasi-scientifique**, pour relever ce qui marche et ce qui ne marche pas dans un secteur d'activité donné. Cette méthode est proche de l'**étude de marché**, bien que plus en amont.

L'étude peut porter sur des entreprises déjà installées, sur leur offre, leur chiffre d'affaires...

Il faudra aussi observer le comportement des clients et leur poser des questions, par exemple par un **questionnaire**.

Cela implique d'entrer dans l'action, d'aller sur le terrain sans attendre.

Méthode 4 : Partir de son rêve et se donner les moyens d'y parvenir.

C'est une méthode risquée, nous l'avons vu plus haut. En démarrant trop passionné, le créateur part aveuglé et a du mal à descendre de son nuage. Une idée géniale peut se révéler être un lourd échec commercial.

Mais c'est une méthode qui peut être efficace si le créateur **se donne les moyens d'accéder à la réalité**, de redescendre sur terre. Ici, on part du principe que toute idée peut être viable, pour peu que le modèle économique et organisationnel soit adapté.

Exemple fictif : l'inventeur d'un avion de ligne qui fonctionnerait à éoliennes a de grandes chances d'échouer s'il compte produire lui-même ses avions. Pourquoi ne pas passer par des étapes intermédiaires, par exemple lancer une gamme d'avions-jouets à éoliennes ?

Méthode 5 : Planter une idée venue d'un autre pays ou d'un autre secteur de l'économie.

Il s'agit de s'approprier ce qui marche ailleurs pour le faire marcher ici. Mais attention aux différences culturelles... **Voir notre articles : [20 concepts de business à importer de l'étranger.](#)**

Le conseil de l'expert en création d'entreprise :

Analysez et testez le plus tôt possible votre idée de création d'entreprise. Confrontez votre idée à la réalité, parlez-en autour de vous et relevez les réactions de vos interlocuteurs. Ils pourront peut-être vous éclairer et vous faire voir les choses autrement.

Des documents Excel pour gérer votre entreprise (gratuit).

WikiCrea a mis au point des fichiers Excel gratuits pour gérer une petite entreprise :

- un modèle de [plan financier](#) facile à compléter, incontournable pour les recherches de financement,
- un **facturier** permettant d'établir devis et factures : [cliquez ici](#),
- un **livre de recettes**, **obligatoire pour les auto-entrepreneurs** : [cliquez ici](#),
- un **modèle de suivi de trésorerie** : [cliquez ici](#).

Voir aussi nos articles :

- [Les 20 qualités essentielles d'un bon entrepreneur](#),
- [Les 15 erreurs classiques du chef d'entreprise](#),
- [165 bonnes idées de création d'entreprise](#).