

LES PIEGES CLASSIQUES

ERREURS DE GESTION ET DE FINANCEMENT

Faiblesse des fonds propres pour financer l'exploitation de l'entreprise	Les banques ne représentent pas l'unique possibilité pour prêter de l'argent aux entreprises. D'autres solutions, capital-risque ou organismes d'Etat (ANVAR, CCI...) peuvent être envisageables.
Investissements trop importants	Bien être sûr de trouver d'éventuels clients intéressés avant de lancer un projet onéreux (étude de marché).
Négliger les petites économies	Surtout au démarrage, ne penser qu'au strict nécessaire.
Ne pas tenir à jour régulièrement les comptes, oublier la facturation...	Se doter d'un outil fiable de contrôle de gestion pour permettre de suivre l'évolution des marges et relancer régulièrement les clients. Faire appel le cas échéant à une société d'affacturage.
Suivre invariablement la demande sans tenir compte du BFR.	Aussi paradoxal que cela puisse paraître, une entreprise peut mettre clé sous la porte si elle vend trop ! En effet, l'encours client gonfle et la trésorerie se retrouve rapidement dans le rouge.
Financer les équipements lourds (camion...) par des prêts à court terme.	Ces matériels étant amortissables sur plusieurs années, un prêt à long terme aura un impact moins lourd sur les résultats de l'entreprise. De même, pour du matériel assez coûteux (informatique) un prêt à court terme est préférable à l'utilisation de la trésorerie.

ERREURS DE STRATEGIE

Tenter une guerre des prix	Une jeune entreprise n'a pas les reins assez solides pour contenir une réaction agressive de la concurrence. Par ailleurs, beaucoup ne savent pas bien calculer le prix réel de revient d'un produit (comptabilité analytique). On peut ainsi vendre à perte sans le savoir.
N'avoir qu'un seul client ou fournisseur	Cette situation peut être très dangereuse car l'entreprise se retrouve prisonnière et soumise aux changements stratégiques du client / fournisseur. Une faillite de ces derniers peut se révéler fatale. De même, toujours se renseigner sur la solvabilité de certains clients (Euridile...)
Mal identifier les vrais décideurs	Dans certaines relations B to B ou B to C, des intermédiaires (ex : distributeurs) peuvent jouer un rôle essentiel.
Mal identifier le marché	Est-il bien adapté au produit ?
N'avoir qu'un seul produit	Très risqué car le produit peut rapidement tomber en désuétude, du fait de la concurrence, et l'entreprise se retrouve prise de cours.
Ne pas définir de stratégie à moyen terme	Celle-ci ne s'improvise pas ponctuellement, mais demande au contraire une mise en place progressive.

ERREURS DE MANAGEMENT

Vouloir tout faire seul.	Il est préférable de se concentrer sur son savoir faire et ne pas hésiter à déléguer, voire à faire appel à des professionnels pour certains domaines (juristes, experts-comptables...). Pour de nombreux spécialistes, savoir s'entourer et savoir déléguer sont les 2 principales qualités des managers.
Négliger le recrutement dans l'urgence	Ne pas hésiter, si besoin est, à confier celui-ci à un cabinet professionnel.
Manquer d'autorité et de communication	Il est indispensable que les salariés voient en leur dirigeant un réel patron. Par ailleurs, celui-ci doit clairement afficher ses objectifs au sein de l'équipe entière, et ce pour une meilleure implication de chacun.
Ne pas consacrer de temps et d'argent à la redynamisation de son équipe	La motivation des troupes, notamment dans le domaine commercial, est un élément essentiel dans le bon fonctionnement de l'équipe.
Mal rémunérer ses salariés	Si elle veut garder ses salariés, la start-up a tout intérêt à mettre en place un système d'intéressement, à défaut de pouvoir offrir des salaires élevés.
Ne pas définir clairement les responsabilités de chaque collaborateur	Un flou risque de s'installer, pouvant entraîner des conflits internes.

ERREURS DANS LA COMMUNICATION ET LE COMMERCIAL

Négliger publicité et promotion	Un bon produit ne suffit pas, encore faut-il qu'il bénéficie d'une certaine notoriété. Par ailleurs, certains entrepreneurs hésitent à parler de leurs produits, de peur de se faire voler leur idée ; à cela, un seul remède, le BREVET !
Négliger les études préalables, prospections et autres enquêtes commerciales auprès des consommateurs.	Elles permettent bien souvent de mieux cibler le marché et peuvent éviter de sévères déconvenues.
Sous-estimer les délais de commercialisation	Trouver des clients prend toujours plus de temps que prévu, surtout pour un produit nouveau.

ERREURS JURIDIQUES ET ADMINISTRATIVES

Mal choisir sa forme juridique	Il est souvent très difficile de faire machine arrière, en termes de temps et d'argent, d'où l'importance du choix initial.
Mal évaluer les termes de certains contrats	Prendre l'habitude de ne pas signer d'accord sans négocier point par point, l'idéal étant de faire appel à un juriste spécialisé, notamment pour certains contrats commerciaux complexes.
Méconnaître les règlements de son secteur	Non seulement des règles propres à certains secteurs existent, mais en plus celles-ci évoluent, d'où la nécessité de se tenir au fait de l'actualité juridique. Les sanctions, en cas de non-respect, peuvent se révéler très lourdes.
Ne pas se soucier de l'antériorité d'une marque ou d'une raison sociale	Une vérification auprès de l'INPI sur la disponibilité du nom de sa future entreprise est indispensable.
Négliger de répondre aux normes internationales	A l'heure de l'e-commerce et de la mondialisation, il serait dommage, pour de telles raisons, de se priver d'un énorme marché potentiel.
Ne pas vérifier la validité de l'appellation d'un produit	Le même nom existe peut-être déjà, ou nécessite une justification (appellation tendancieuse).
Ne pas se soucier du respect des délais légaux	Date de communication des comptes, modification de statut, assemblées générales....