

Le marché du consulting en France pourrait exploser dans les prochaines années.

Décryptage d'Odile Olivier, dirigeante de Petite-Entreprise.net

Selon les études, le nombre de consultants indépendants a doublé voire triplé ces 10 dernières années, atteignant le chiffre de 96 500 structures de conseil en 2011, selon l'Insee. N'ayant d'autre choix que de se lancer en indépendant et prodiguer un savoir et une expertise à d'autres entrepreneurs, bon nombre d'anciens cadres se lancent dans cette voie. Hélas, selon le Syntec, au moins 50% des consultants stoppent leur activité dans la première année de leur démarrage. Malgré ce constat d'échec, et en observant le marché actuel de la petite entreprise, le marché du conseil en France pourrait bien exploser dans les prochaines années et répondre à un double enjeu économique. Décryptage.



Un potentiel "énorme"

Les 2,5 millions d'entreprises françaises sont composées essentiellement de petites entreprises : 96,8% d'entre elles ont entre 0 et 19 salariés*. Et pourtant, elles sont très peu accompagnées, les structures de conseil étant surtout basées à Paris (l'Ile-de-France concentre 62,2% des emplois du conseil en 2007). Difficile pour un indépendant de lutter sur ce marché contre les cabinets d'audit et conseil importants (les "Big Four") qui s'adressent aux grandes entreprises et PME importantes. Le potentiel de croissance du marché du conseil en France est donc ailleurs, vers le marché des TPE, et plutôt en province. Il est énorme, puisque, si l'on considère que tout entrepreneur devrait être accompagné un jour ou l'autre dans son activité (c'est ce que nous pensons), ce sont plusieurs centaines de milliers voire millions de coachs et autres consultants qui manquent à l'appel. A la clé, un double enjeu économique : si les anciens cadres seniors réussissaient à pérenniser leur activité, c'est le marché de l'emploi des seniors et le marché des TPE qui pourraient en bénéficier. Reste à appliquer la bonne méthode pour faire se rejoindre ces deux mondes.

Les consultants doivent s'adapter à de nouveaux interlocuteurs

Ne dit-on pas que le succès d'un produit ou d'un service tient au fait qu'il répond parfaitement à une demande du marché ? Or, les consultants répondent-ils parfaitement à une demande du marché ? Concernant la TPE, typiquement non. Bon nombre de professionnels du conseil se "cassent les dents" sur un marché qu'ils appréhendent mal et dont ils ne connaissent pas les codes. Chez Petite-Entreprise.net, nous échangeons tous les jours avec des consultants et des dirigeants de TPE, et nous faisons toujours le même constat : il faut presque "enseigner" la langue du créateur d'entreprise ou du dirigeant d'une petite TPE au consultant pour qu'il réussisse à se faire comprendre. Pour réussir, le consultant devra faire table rase de ce qu'il sait, des méthodes appliquées dans son "ancien monde", être à l'écoute du marché, une écoute active, au contact physique des dirigeants de TPE sans leur vendre quoi que ce soit (dans un premier temps), cerner leurs objectifs, observer leur comportement en management, commercial, administratif, comprendre leur environnement social et familial, leurs points forts, leurs points faibles, etc. Si le consultant indépendant affiche un réel engagement à aider les dirigeants de TPE, alors les clés sont toutes à sa portée.

Les 10 clés pour signer des missions de conseil aux dirigeants de TPE

En 8 ans, Petite-Entreprise.net a répondu à plus de 90 000 demandes de chefs d'entreprise, le plus souvent en mettant en relation des chefs d'entreprise avec un "Correspondant Pe.net", professionnel du conseil. Nous nous sentons donc légitimes à prodiguer ces 10 conseils aux consultants qui souhaitent aborder le marché de la petite entreprise et, au-delà, répondre concrètement aux enjeux d'emploi et de croissance que nous avons évoqués : donner une vraie "seconde carrière" aux cadres senior et accompagner les TPE dans leur développement.

- 1) **Être pluridisciplinaire** : le dirigeant de TPE a besoin d'un seul conseiller d'entreprise ou un seul interlocuteur, pas d'une multitude d'experts autour de lui.
- 2) **Proposer des prestations précises** avec un nom, un début, une fin, un prix, un support : le dirigeant de TPE achète une solution, pas un nombre d'heures.
- 3) **Valoriser ses missions de conseil en termes de ROI** (retour sur investissement) : le dirigeant de TPE cherche au final, même pour une prestation de management RH, du chiffre d'affaires et de la rentabilité.
- 4) **Être réactif, bref et direct** : le dirigeant de TPE n'a pas le temps, il n'anticipe pas, il a la "tête dans le guidon".
- 5) **Proposer un plan d'action précis avec des résultats** : le dirigeant de TPE a besoin de concret, pas de théorie.
- 6) **Écouter le besoin réel exprimé par le dirigeant** : le dirigeant de TPE achète une réponse à son besoin, pas une expertise.

7) **Faciliter la vie de vos clients, proposer du "clé en main"** : le dirigeant de TPE déteste la paperasse et parfois, n'a pas d'assistant(e) ni de secrétaire.

8) **Parlez en termes de solution, pas de méthode** : le dirigeant achète une solution, pas une formation, ni un coaching, ni un accompagnement et encore moins du consulting.

9) **Rester humble et abordable** : un dirigeant de TPE a besoin de comprendre ce qu'il achète. C'est une « personne de confiance » qu'il achète, pas un « consultant » pour se faire mousser...

10) **Rester un chef d'entreprise avant tout** : un dirigeant de TPE accorde son respect et sa confiance à quelqu'un qui aura l'attitude d'un patron, qui saura lui parler avec franchise, se faire payer et facturer au juste prix.

*Source Insee-Sirene : 2,5 millions d'entreprises en France, hors agriculture, services financiers et administration

A propos de Petite-entreprise.net

Petite-entreprise.net est un portail destiné aux dirigeants de TPE (Très Petites entreprises, 0-19 salariés) né en 2007 de la volonté d'apporter de l'information, des services et du conseil de proximité aux petites entreprises, à l'instar des plus grandes. Le service SOS PATRON, ligne dédiée aux appels d'urgence pour les "petits patrons", est également unique en France. Petite-Entreprise.net est l'unique site proposant une rencontre, sous 48h, entre un dirigeant et un professionnel du conseil qualifié. Le site propose un répertoire de plus de 2000 professionnels du conseil répertoriés et disponibles, dont 600 correspondants ayant signé un contrat avec Petite-Entreprise.net. Avec 4,7 millions de visites en 2014, le site double quasiment son audience chaque année depuis 2012 et s'affirme comme le site privé leader sur le secteur. Valpolis, société éditrice de Petite-Entreprise.net, est portée par le Groupe Phosphore, groupe alsacien au capital de 8,6 M€.

Pour en savoir plus : www.petite-entreprise.net

Contacts Presse

L'AgenceRP

Leila Bouzouaid / Fiona Thomas

+33 (0)1 81 89 28 22

petite-entreprise@lagencerp.com