

# ACTEURS

## Un profil qui change avec l'évolution de son entreprise

CÉLINE RENAUD

CEO et fondatrice **JMC LUTHERIE**

**Le jeudi 1<sup>er</sup> septembre 2005 à 14 heures, je me trouve dans le bureau de notre notaire avec celui qui va devenir mon associé pendant près de 15 ans. Pour arriver là, il aura fallu neuf mois de préparation, une vie de recherches et de développements ainsi que des bois de 350 ans d'âge. À ce moment-là, nous n'avions vendu que quelques guitares qui se comptaient sur les doigts d'une main. Tout en étant confiants, nous avions peur.**

Lancer le projet d'une manufacture de guitares et d'en vivre était un peu fou et un sacré défi. Est-ce que nous arriverions à tenir quelques mois? Une année? Des années? Se projeter à six mois ou même à un an nous paraissait impossible et s'imaginer d'y arriver

était comme des milestones importants. À ce moment-là, nos profils étaient à fond opérationnels dans la recherche et développement pour l'un et dans la prospection pour l'autre. Mais avec le temps, cela a changé.

Les années suivantes ont été celle des levées de fonds, d'ouvertures de marchés et de mise en place de nouvelles stratégies. Et là, à l'heure de la transmission de notre activité, je porte ce projet toujours avec énormément d'enthousiasme pour pouvoir se voir perpétuer notre investissement et notre métier. Le focus et notre profil est différent à chaque étape.

Souvent je rencontre des entrepreneurs à fond la tête dans le guidon de l'opérationnel. Il serait pourtant judicieux de pouvoir petit à petit déléguer une partie de l'opérationnel pour se concentrer sur les aspects plus straté-

giques. Quel est le futur de mon entreprise et de mon métier? Quelles sont les importants aspects de notre recherche et développement? Que font nos concurrents?

Comment acheter des entreprises ou se reposer sur des partenaires et les lier à nous? Comment travailler la culture de l'entreprise? «On est toujours plus intelligent après» dit le dicton. J'aurais aimé à l'époque déjà me poser ces questions en y apportant les réponses que j'aurais aujourd'hui.

Alors comment s'octroyer cet espace pour ces réflexions et la mise en place nécessaire? Chaque année

en janvier, nous fixions deux journées au vert, hors réseau téléphonique, pour tenter d'y répondre avec nos outils et connaissances du moment. Ces jours juste après

Noël, cet arrêt hors du temps est également très propice pour faire le point et réfléchir. Utiliser l'aide d'un coach ou mettre en place un advisory board et s'of-

frir l'espace de ces réflexions est nécessaire. Alors il est important «to think out of the box», sans jugement. Comme lors d'un brainstorming, laisser la place à toutes les idées sans les commenter, ni les juger, pour faire ensuite le tri et n'en garder que les meilleures. Car

COMME LORS  
D'UN BRAINSTORMING,  
LAISSER LA PLACE  
À TOUTES LES IDÉES  
SANS LES COMMENTER,  
NI LES JUGER, POUR FAIRE  
ENSUITE LE TRI  
ET N'EN GARDER  
QUE LES MEILLEURES.



PHILIPPE WOODS

c'est bien de cela qu'il s'agit: inventer ou réinventer notre métier pour faire face aux défis du quotidien. Et zoomer out, se mettre davantage et plus souvent au niveau stratégique.

Que nous pilotions une grande entreprise, une société d'une personne ou encore à la tête d'une équipe dans une grosse structure,

nous sommes tous entrepreneurs. Nous sommes tous entrepreneurs de notre vie, à la maison comme dans le professionnel. C'est pour cela que j'ai décidé de lancer cette nouvelle année l'hashtag #onesttousentrepreneurs. Et merveilleuse année à tous, que vos projets les plus fous se réalisent! ■