



# « Le risque vient du fait de ne pas savoir ce que vous faites »

— Warren Buffet

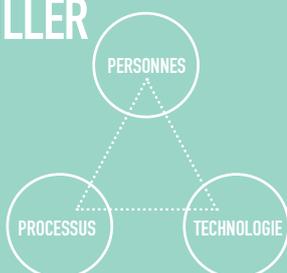


## Tous les chefs d'entreprise sont confrontés à un défi fondamental : que faire ensuite, et quel risque ce parcours représente-t-il ?

Mais comment élaborer une stratégie de croissance future efficace face à l'évolution de la situation mondiale ? Même avant la COVID-19, l'incertitude était manifeste en termes de changements technologiques, économiques et politiques, et elle a été amplifiée par la pandémie.

Une façon de faire face à l'incertitude globale est d'attendre patiemment et de passer en mode « survie ». De trouver refuge dans le prévisible. Mais les entreprises les plus prospères chercheront à se transformer et à sortir de cette période mouvementée en bonne position pour l'avenir. Attendez-vous à ce que vos parcours client évoluent et efforcez-vous de suivre ces changements en faisant preuve de flexibilité. Ne vous attendez pas à ce qu'une stratégie d'entreprise que vous suivez depuis 3 à 5 ans aboutisse aux résultats appropriés.

### TRAVAILLER DE BOUT EN BOUT



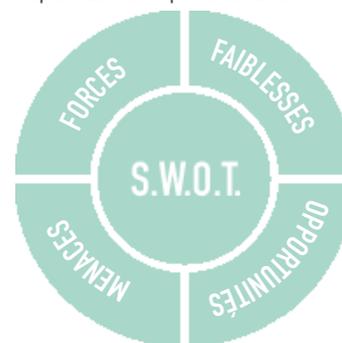
Un plan structuré avec de bonnes chances de réussite produit un triangle de changements :

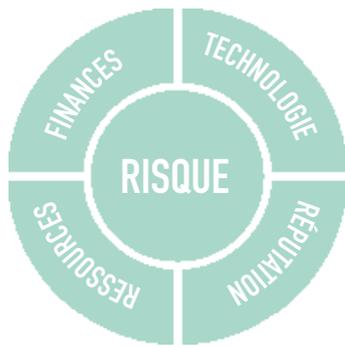
- Personnes,
- Processus et
- Technologie

Essayez de corriger seulement un ou deux aspects de ce triangle et vous n'obtiendrez pas la pleine valeur d'une transformation. Vous devez travailler de bout en bout. Pour ce faire, retournez à l'essentiel et utilisez des outils pour vous simplifier la vie.

### Analyse SWOT

Commencer par une analyse SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats ; forces, faiblesses, opportunités, menaces) permet de définir la situation actuelle et de mettre en évidence les domaines que vous pouvez développer pour l'avenir. N'oubliez pas que les forces et les faiblesses sont tournées vers l'intérieur, en se concentrant sur votre propre entreprise. Ce n'est que lorsque vous passez aux opportunités et aux menaces que vous commencez à vous tourner vers l'extérieur, vers votre marché et vos concurrents. Lors de l'identification des menaces, assurez-vous ensuite d'estimer la probabilité que chaque menace se concrétise réellement et, le cas échéant, de comprendre les répercussions potentielles.





### Analyse des risques

Une analyse des risques peut vous aider à relever les défis qui seront posés par le changement et à évaluer les risques afin de vous assurer de prendre votre décision de façon rationnelle plutôt qu'émotionnelle.

Vous pouvez classer la plupart des risques dans quatre catégories principales :

- **Finances** : avez-vous les moyens de le faire ? Inversement, pouvez-vous risquer de ne pas le faire ?
- **Technologie** : pouvez-vous gérer la situation avec la technologie existante ou devrez-vous investir ?
- **Réputation** : en cas d'échec, cela va-t-il nuire à votre marque ?
- **Ressources** : disposez-vous de l'emplacement, des personnes et des compétences ?

Une fois que vous avez compris les implications associées à ces quatre catégories, l'étape suivante consiste à examiner les risques. En général, vous avez trois choix :

1. Accepter le risque : le gain potentiel l'emporte sur le risque identifié
2. Partager le risque : atténuez le risque avec l'aide d'un partenaire ou d'un fournisseur
3. Éviter le risque : vous n'êtes pas encore prêt, mais fixez-vous une date pour un nouvel examen

Cette analyse peut s'avérer utile lorsque vous vous adressez aux créanciers pour le refinancement. Un chef d'entreprise qui peut démontrer une évaluation approfondie de sa stratégie sera mieux accueilli qu'une personne basant ses décisions sur son seul instinct.

### Planification de scénarios

La planification de scénarios peut vous aider à passer en revue les conséquences des diverses décisions que vous prenez. Considérez que l'incertitude découle de l'incapacité à comprendre le présent, parce qu'il n'a que peu de rapport, voire aucun, avec ce qui s'est passé auparavant. Lorsqu'une situation est peu comparable au passé, nous pouvons avoir des difficultés à visualiser sa finalité.

**LES ÉCONOMISTES SUGGÈRENT QUE L'INCERTITUDE EST MIEUX COMPRISE LORSQU'ELLE EST COMPARÉE AU RISQUE.**

Les économistes suggèrent que l'incertitude est mieux comprise lorsqu'elle est comparée au risque. Dans les situations de risque, il est possible de calculer la probabilité d'un résultat particulier, car vous pouvez le relier à des situations similaires dans le passé. Mais dans les situations d'incertitude, et vous pouvez affirmer que de nombreuses décisions commerciales entrent dans cette catégorie, vous pouvez deviner uniquement ce qui pourrait se passer, en raison d'un manque d'expérience pertinente permettant de vous aider à évaluer le résultat le plus probable.

Une fois ce principe posé, envisagez la planification de scénarios comme une réflexion future, divisée en étapes faciles à gérer :

1. Identifiez les forces, internes et externes, qui façonneront votre marché de demain et les conditions d'exploitation (d'où l'importance d'analyses SWOT honnêtes).
2. Découvrez comment ces forces peuvent interagir, tant positivement que négativement.
3. Imaginez un futur plausible autour de chaque situation.
4. Révisez le modèle de la situation actuelle sur la base de ces scénarios futurs imaginaires.
5. Utilisez les nouveaux modèles pour préparer votre réflexion et vos stratégies afin d'être prêt pour affronter toutes les situations.

### Et enfin

Dans votre réflexion, essayez de ne pas travailler en vase clos. Au cours des dix dernières années, les entreprises se sont concentrées sur la mise en place d'améliorations pour conserver une position rentable et offrant des chances de survie. Beaucoup de théories ont été exposées sur le changement, et si vous acceptez que l'industrie 4.0 concernait les données et l'Internet des Objets (IdO), vous savez que l'automatisation était l'un des sujets brûlants. L'automatisation implique différents éléments selon les entreprises. Des exemples évidents sont les chaînes de production de plus en plus automatisées qui jouent un rôle important dans la construction automobile moderne. Les prestataires de services d'impression (PSP) ont également introduit l'automatisation, parfois physiquement via la robotique remplaçant le personnel, et plus souvent par des systèmes gérant les données et la personnalisation au sein du processus de production.



La prochaine étape de l'industrie 5.0 a déjà commencé, et elle s'étend à l'utilisation intelligente de l'automatisation. Elle se concentre moins sur ce qui concerne l'automatisation en elle-même, et plus sur l'utilisation de l'automatisation pour remplacer les tâches répétitives ordinaires. De cette manière, les employés peuvent consacrer plus de temps à des tâches créatives, spécialisées et à valeur ajoutée. Dans toute cette réflexion réside une solution qui fonctionnera pour chacun d'entre nous dans nos propres entreprises. Trouver cet équilibre entre l'utilisation optimale des ressources et un investissement judicieux et durable est une mission essentielle pour tous les chefs d'entreprise.

Commencez le processus de changement dès aujourd'hui. N'oubliez pas que vous n'aurez pas toutes les réponses immédiatement. Mais travailler sur cette idée de changement et l'appréhender de manière logique vous aidera à les trouver. Le reste viendra, une fois que vous aurez démarré votre processus.



Cet article fait partie d'une série d'articles soutenant le **Canon Ascent Programme**, une initiative de développement commercial pour les clients Canon Professional Print. Si vous souhaitez en savoir plus, contactez votre responsable de compte Canon ou recherchez « Canon Ascent Programme ».