

## Comment Gérer sa PME en Période de Crise

Le 02-03-2010

*Malmenées par la récession mondiale, les PME ne peuvent rester les bras croisés*

L'inquiétude ressentie par les PME face à la crise, pousse de nombreuses entreprises à une révision de leur stratégie de développement. La PME tournée vers l'International a parfois trouvé sur les marchés étrangers des gisements de croissance qu'elle n'avait pas sur le marché local, mais au cours d'une période délicate beaucoup de dirigeants manquent de visibilité à l'horizon 6 à 18 mois. Ils s'interrogent sur l'évolution de leurs marchés. Pour affronter la crise, la solution selon les experts économiques réside dans cinq actions :

Réduisez les coûts, Préserver l'existant, soutenir l'export, renforcer les partenariats, et innover.

### 1. Réguler les coûts

L'entreprise doit rechercher l'amélioration de sa rentabilité et le renforcement de ses ressources de trésorerie par une démarche d'optimisation des coûts.

L'introduction d'un système de comptabilité analytique permet dans ce sens meilleure identification et maîtrise des coûts et assure une gestion plus rationnelle de ceux-ci. Elle permet également de définir de façon précise les coûts réels des prestations fournies et donc d'avoir tous les éléments requis pour les négociations de révision des redevances.

### 2. Préserver l'existant

Partant du constat que les PME sont très peu aidées dans leur démarche commerciale, celles-ci doivent apporter plus d'attention, et de soin à leurs clients et de prendre des initiatives commerciales. En période de crise ce sont les plus



agiles qui s'adaptent



En pratique cela veut dire que les PME doivent prendre des initiatives pour proposer à leurs clients des produits et services qui répondent à leurs "problèmes"

Puisque les clients des PME ont des problèmes qui impactent directement leur Business, L'entreprise doit connaître et résoudre ces problèmes par une stratégie *Rapprocher des clients* :

- Aide à anticiper les nouvelles situations
- Permet de prendre des initiatives :
- Comprendre qu'elles vont être les nouvelles priorités des clients
- Proposer des prestations adaptées au contexte client.

### 3. Soutenir l'export

Avec l'incertitude qui règne sur les marchés, les sociétés exportatrices éprouvent des difficultés à écouler leurs produits dans des pays instables au niveau économique. Certaines subissent de plein fouet la crise financière. D'une part, les commandes sont en baisse. Ensuite, les exportateurs n'obtiennent pas de garanties et de crédits en suffisance. Car les instituts de financement exigent des garanties solides dans la situation actuelle.

La recherche des nouveaux marchés constitue l'arme anti-crise et la stratégie de développement par l'exportation demeure encore la solution miracle.

### 4. Renforcer les partenariats

En période de crise économique, il est plus important que jamais d'adopter des approches novatrices et d'établir des partenariats créatifs autour des priorités de l'entreprise. Puisque la recherche de capitaux n'est toujours pas facile, les partenariats sont moins coûteux en cette période.

Le développement de nouveaux partenariats en période de crise économique globale peut constituer un défi aux PME leur permettant de développer de nouvelles structures commerciales internes pouvant favoriser la croissance et le changement, grâce à la renégociation.

## 5. Innover

Innover est une nécessité qui permet à l'entreprise de préserver son indépendance et d'assurer la pérennité de ses activités en période de crise. L'innovation apparaît comme un levier majeur de la performance en cette période. La crise constitue le bon moment de remettre en question ces produits, ces méthodes de production (en consommant de moins en moins d'énergie), son système d'information (décentralisation et service à la carte), ces méthodes de management (développement de l'agilité et éclatement des grandes structures), ... La crise entraîne la rupture, provoque un bouleversement des positions acquises. Elle ouvre donc une fenêtre d'opportunité pour le changement.

Une entreprise est en danger si elle n'est pas capable de renouveler son offre suffisamment souvent. L'innovation permanente permet à celle-ci de se maintenir dans la course.

Certains experts financiers estiment que ce serait une erreur stratégique pour les entreprises, en cette période, que de diminuer leurs efforts en matière d'investissements dédiés à la recherche développement et à l'innovation.

*Men behind financial crises*



1929



2007