BOÎTE À OUTILS

FONDATIONS POUR CRÉER UNE SAAS B2B

POUR NOUVEAUX ENTREPRENEURS

PRÉSENTÉ PAR

sequolia

JANVIER 2025

HELLO@SEQUOLIA.COM SEQUOLIA.COM

De l’idée au lancement, ce guide vous aide à comprendre les concepts clés en SaaS B2B, éviter les erreurs courantes et structurer votre entreprise efficacement.

Découvrez comment valider votre idée, guider vos décisions et tirer parti des outils modernes pour augmenter votre productivité.

L’objectif? Vous permettre de **vous concentrer sur l’essentiel: bâtir un produit solide et répondre aux besoins de vos clients.**

Bonne lecture!

— L’Équipe Sequolia

À PROPOS

NOUS COMBLONS L'ÉCART ENTRE DÉCOUVERTE ET LIVRAISON DE LOGICIELS.

Lancer une startup SaaS est complexe—**la technologie ne devrait pas vous ralentir**. Notre plateforme alimentée par l'IA vous offre une **base sécurisée et prête à l'emploi**, gérant **le déploiement *cloud*, la sécurité et l'évolutivité**. **Fini les casse-têtes techniques**—concentrez-vous sur le développement de votre produit.

Vous avez déjà un produit? Pas de problème! Nous facilitons **une migration sans friction** et optimisons vos outils technologiques pour accélérer votre développement.

Voici comment:

- → **Automatisation intelligente**: stabilise votre plateforme et contrôle les coûts.
- → **Développement sans obstacle**: moins de blocages, des mises à jour plus rapides et un processus plus fluide.
- → **Déploiements fiables**: élimine le stress des lancements et garantit la satisfaction de vos clients.
- → **Accompagnement expert**: de la migration à la montée en charge, nous sommes à vos côtés.

Une bonne base vous permet d'avancer **plus vite, plus intelligemment et avec confiance.**

QUI NOUS SOMMES

Chez **Sequolia**, nous sommes une équipe de **passionnés de technologie et d'innovateurs**, dévoués à aider les entreprises à **réaliser leur plein potentiel,** comme les plus de **45 startups et PME** que nous avons conseillées. Notre aventure a été nourrie par **une infinité d'idées**... et bien sûr, **de nombreux *happy hours***. En associant **une connaissance approfondie de l'industrie** à notre **engagement envers des produits à la pointe de l'innovation**, nous sommes **un partenaire de confiance** pour les entreprises cherchant à **se développer et à prospérer** dans le paysage **compétitif du B2B SaaS**.

AVEC SEQUOLIA, VOTRE PROCHAIN GRAND COUP EST DÉJÈ AMORCÉ.

/SEQUOLIA HELLO@SEQUOLIA.COM

TABLE DE MATIÈRES

01 ENTREPRENEURIAT

02 ÉQUIPE FONDATRICE

03 IDÉE

04 FINANCEMENT

05 PLAN D’AFFAIRES

06 IMAGE DE MARQUE ET COMMUNICATION

07 ESSENTIELS ADMINISTRATIFS

08 BASES FINANCIÈRES

09 RESSOURCES

01

SECTION 01

ENTREPRENEURIAT: RELEVEZ LE DÉFI

ENTREPRENEURIAT:
RELEVEZ LE DÉFI

Bienvenue dans le monde de l'entrepreneuriat B2B SaaS, où la résilience est reine! Ici, le succès ne tombe pas du ciel**: il se forge dans l'adversité** et se façonne grâce à la **détermination inébranlable des leaders résilients**.

LES QUALITÉS D'UN GRAND LEADER

La résilience et l'authenticité sont vos armes secrètes. La résilience, **c'est rebondir plus fort** face aux imprévus. Les entrepreneurs résilients **transforment l'échec en tremplin** vers leur prochaine idée. Prendre des risques fait partie intégrante du parcours entrepreneurial, l'essentiel étant de les affronter avec courage, tout en restant fidèle authentique. L'authenticité est une **qualité clé du leadership** et son absence se remarque rapidement. Cependant, ne la confondez pas avec le syndrome de l'imposteur, presque inévitable au début de votre aventure.

Vous surmonterez ce sentiment en accumulant progressivement des connaissances et en restant authentique dans votre démarche.

Les grands leaders utilisent les outils à leur disposition, comme **l'IA**, pour **prendre des décisions plus intelligentes** et des **stratégies de plateforme**, libérant ainsi du temps pour la réflexion stratégique. Une **plateforme** permet de **construire une base solide et évolutive**, connectant outils, équipes et processus pour fonctionner de manière fluide. Au lieu de se perdre dans les détails, **les leaders se concentrent sur la croissance et l'innovation**.

Pour évaluer un grand leader, la confiance est clé. Alliez données empiriques, empathie et bon jugement. La confiance ne se gagne pas; elle se cultive par des actions concrètes, pas seulement les paroles.

TROIS QUALITÉS QUI DÉFINISSENT LES GRANDS LEADERS

CLARTÉ D'IDÉES ET DE LANGAGE

Imaginez un chemin clair pour guider votre équipe vers le succès. Prenez le temps de transformer vos idées en plans concrets avant de les partager. Restez dans la simplicité! La communication efficace demande de la préparation, de la pratique et de la patience, que ce soit pour un pitch de 10 minutes ou une longue présentation.

BON JUGEMENT SUR LES PERSONNES

Créer une équipe de rêve commence par savoir repérer les talents. Rencontrez un maximum de personnes pour identifier celles qui sortent du lot. Chaque recrutement ne sera pas parfait, et ce n'est pas grave. Apprenez de chaque expérience; chaque processus est une leçon précieuse.

INTÉGRITÉ ET ENGAGEMENT SOLIDE

Prêt à tout donner? Parfait! Une intégrité personnelle forte et un engagement sans faille sont les piliers du leadership. Testez-vous avec la transparence: si tout ce que vous dites ou faites était public, seriez-vous fier ou gêné? L'intégrité est non-négociable.

ASSOCIEZ VOTRE PERSONNALITÉ AU BON RÔLE

En vous lançant dans une **aventure B2B SaaS**, prenez le temps de comprendre **vos traits de personnalité innés** pour bien diriger votre entreprise. Le **profil NOVA**, un cadre qui explore les types de personnalités et d'intérêts, offre des indications précieuses pour identifier les **rôles exécutifs qui vous conviennent le mieux**. Connaissez vos **forces**, mais aussi vos **vulnérabilités**, afin de trouver les compléments nécessaires à votre équipe fondatrice.

NOUS VOUS RECOMMANDONS VIVEMENT, AINSI QU'À VOTRE ÉQUIPE FONDATRICE, DE PASSER LE TEST NOVA POUR MIEUX COLLABORER: CONTACTEZ-NOUS POUR UNE RECOMMANDATION PERSONNALISÉE.

Première étape: la C-Suite. Découvrez quel rôle correspond le mieux à votre personnalité:

CEO/PDG (LEADER):

Vous êtes un **visionnaire** doté d'un talent pour la **stratégie**? Alors le rôle de PDG est fait pour vous. Inspirez vos équipes et définissez la direction globale de l'entreprise.

COO (OPÉRATEUR):

Vous excellez dans la **planification rigoureuse et l'exécution**? En tant qu'exécutant naturel, le poste de COO vous correspond. Optimisez les processus et assurez la mise en œuvre fluide des stratégies.

CTO (INNOVATEUR):

Vous êtes **passionné par l'innovation** et la technologie? Le poste de CTO est votre terrain de jeu. Façonnez l'avenir technologique de l'entreprise avec votre expertise technique.

CPO (STRATÈGE):

Vous avez le don de voir la **vue d'ensemble** et de diriger l'orientation des produits? En tant que stratège, devenez CPO et orientez la stratégie produit en fonction des besoins du marché.

CMO (PIONNIER):

Créatif et doté d'excellentes compétences en **communication**? Le rôle de CMO est taillé pour vous. Faites rayonner la marque de l'entreprise et fédérez une communauté d'ambassadeurs.

Quelques théories intéressantes sur les personnalités des entrepreneurs:

LES 5 GRANDS TRAITS DE PERSONNALITÉS EN ENTREPRENEURIAT:

- **Conscience professionnelle**
- **Amabilité**
- **Ouverture**
- **Névrosisme**
- **Extraversion**

Découvrez comment ces traits influencent les comportements, les succès et les décisions des entrepreneurs.

LES 8 PERSONNALITÉS DES ENTREPRENEURS À SUCCÈS:

Apprenez à déchiffrer les nuances des inclinations entrepreneuriales. **Chaque type de personnalité a sa place!**

EXPLORER DES EXPÉRIENCES PERTINENTES POUR LES ENTREPRENEURS EN DEVENIR

Alors que vous commencez votre **aventure entrepreneuriale**, réfléchissez aux expériences enrichissantes qui peuvent jalonner votre chemin vers le succès. Bien qu'il n'y ait **pas de parcours unique**, voici trois avenues à explorer:

TROIS PISTES POUR ACQUÉRIR DE L'EXPÉRIENCE

"BIG TECH"

Travailler dans un **grand groupe technologique** permet de résoudre **des problèmes complexes à grande échelle** et d'affiner vos compétences. Collaborer avec des **leaders de l'industrie** ouvre des opportunités précieuses en **mentorat et networking**. Bien que non indispensable, cette expérience peut enrichir votre compréhension des **dynamiques corporatives** et vous aider lors de **levées de fonds**. Mais attention à ne pas céder au confort et freiner vos ambitions—planifiez bien votre sortie pour revenir à vos projets au bon moment.

ECOSYSTÈME STARTUP

Plonger dans **l'écosystème startup** offre une immersion directe dans l'entrepreneuriat: **idées innovantes, énergie des débuts,** et **résilience face aux défis**. Que vous soyez fondateur ou simple observateur, une startup est un **terrain d'apprentissage unique** pour développer vos compétences et élargir votre réseau. Imprégnez-vous de cette dynamique et adoptez une **mentalité de croissance et d'adaptation continue**.

EXPERTISE SECTORIELLE

Devenir **expert dans un domaine** pose les bases d'une **niche entrepreneuriale** solide. Que ce soit via une **expertise technique** ou **une connaissance sectorielle approfondie**, cette maîtrise vous permet **d'identifier des opportunités inexploitées** et de concevoir des solutions innovantes. Faites de votre expertise un tremplin pour vos projets entrepreneuriaux.

En explorant ces différentes pistes, vous développerez des compétences pratiques et une vision concrète, tout en rencontrant peut-être les futurs cofondateurs que vous recherchez! Voici donc votre premier test d'entrepreneur...

POURRIEZ-VOUS CONVAINCRE D'AUTRES PERSONNES DE VOUS SUIVRE DANS CETTE FOLLE AVENTURE, ARMÉ UNIQUEMENT DE VOTRE VISION ET DE VOTRE PASSION?

02

SECTION 02

ÉQUIPE FONDATRICE: DIVISER POUR RÉGNER

ÉQUIPE FONDATRICE:
DIVISER POUR RÉGNER

Le rôle de fondateur est **tout sauf simple**, comme **s''entourer** de personnes compétentes, résilientes et dignes de confiance. Nous recommandons de trouver **au moins un cofondateur**, voire une équipe pouvant aller **jusqu'à quatre cofondateurs** et **diviser les taches pour régner**: cet adage est particulièrement vrai dans le monde des startups. Vous pouvez ainsi répartir les responsabilités, doubler la **productivité** et tirer parti des forces de chacun.

LES AVANTAGES DE S'ENTOURER

Bien que les **outils d'IA puissent améliorer la productivité**, les fondateurs, notamment ceux sans compétence technique, portent de **nombreux chapeaux** et doivent acquérir des compétences variées. Ils gèrent la vision produit, le marketing, les ventes, les finances et la stratégie d'entreprise. Pour les fondateurs non techniques, **s'associer à au moins un cofondateur technique** permet de compléter leurs aptitudes et de créer **des prototypes ou MVPs indispensables** pour lever des fonds et attirer les premiers clients.

Sans ce soutien technique, les fondateurs **risquent de rencontrer des retards, des dépassements de coûts et livrer des produits de moindre qualité**. Des cofondateurs apportent également une responsabilité partagée, maintiennent le projet sur la bonne voie et offrent un **soutien moral** tout au long du parcours entrepreneurial.

LES STATISTIQUES MONTRENT QUE LES STARTUPS AVEC DES COFONDATEURS ONT PLUS DE CHANCES DE SUCCÈS.

Dans le contexte concurrentiel actuel des startups, les **capital-risqueurs (VCs)** se montrent également plus prudents envers les **fondateurs solo**, puisqu'ils sont conscients des difficultés supplémentaires.

NOUS DÉCONSEILLONS LES AGENCES DE DÉVELOPPEMENT AU DÉPART: LE PRODUIT ÉTANT ENCORE TRÈS PEU DÉFINI, LES ITÉRATIONS COÛTEUSES ET LES MULTIPLES INTERVENANTS COMPLIQUENT GRANDEMENT LE PROCESSUS DE DÉVELOPPEMENT.

> [CONSTRUIRE UNE ENTREPRISE, C'EST ESSENTIELLEMENT RÉUNIR TOUTES LES PERSONNES IRRATIONNELLES QUE VOUS CONNAISSEZ… LES METTRE DANS UN BÂTIMENT, ET VIVRE AVEC ELLES AU MOINS 12 HEURES PAR JOUR.]
>
> - KEITH RABOIS

FONDATEURS SOLO: UTILISEZ L'IA COMME COPILOT, AU MINIMUM

L'IA peut accroître la productivité en générant textes, images et codes. Les **fondateurs solo** l'emploient de plus en plus comme **copilote** pour compléter leurs forces, coder partiellement et mieux comprendre les marchés. Toutefois, naviguez avec prudence: ses données ne sont pas toujours à jour. Si l'IA aide pour le brainstorming et la créativité, **ses limites rendent indispensable l'embauche d'experts à mesure que votre produit se complexifie**.

LA PLATEFORME DE SEQUOLIA VOUS AIDE À ACCÉLÉRER LE DÉVELOPPEMENT EN PRENANT CHARGE LES TÂCHES TECHNIQUES LIÉES À L'INFRASTRUCTURE ET DES FONCTIONNALITÉS SAAS B2B ESSENTIELLES.

DÉCOUVREZ L'HISTOIRE À SUCCÈS DE JOSH MOHRER.
EXPLOREZ LES OUTILS D'IA DANS VOS ACTIVITÉS QUOTIDIENNES: SECTION 09 ANNEXE

ÉVALUER UN COFONDATEUR

Lorsque vous choisissez un cofondateur, évaluez votre **compatibilité sur plusieurs dimensions**. Ne vous limitez pas aux compétences, car elles évoluent. Discutez de vos objectifs, valeurs, gestion du stress, préférences de communication et **engagements personnels et financiers envers votre projet commun**.

Rencontrez-vous en personne pour **cultiver la confiance**, améliorer la **collaboration** et définir vos rôles et responsabilités. Cela établira une **structure claire** pour éviter les conflits et optimiser le travail d'équipe.

Une fois vos cofondateurs identifiés et les **rôles définis**, assurez-vous que la **répartition des compensations est juste.** Ne vous attardez pas sur de petits différends concernant l'équité: **un équilibre initial garantit une motivation durable**.

LES TITRES DE POSTE, MÊME DANS LES PETITES ÉQUIPES, SONT ESSENTIELS POUR CLARIFIER LES RESPONSABILITÉS. ILS RENFORCENT LA PERCEPTION EXTERNE ET L'IMPUTABILITÉ INTERNE.

S'ENTOURER INTELLIGEMMENT

Votre équipe fondatrice est primordiale, mais il est tout aussi important de **bien vous entourer** pour les aspects externes: le légal, les conseils en financement, les finances et le côté technique. Méfiez-vous des **"coachs" promettant des résultats miraculeux** et pratiquant le *name-dropping* sans réel impact positif. Privilégiez des conseillers aux **expériences pertinentes**, en particulier dans le B2B SaaS, un secteur exigeant et spécifique. De **bons conseils** accélèrent l'accès au marché, réduisent les coûts initiaux et facilitent le recrutement des meilleurs talents. Prenez le temps d'évaluer vos experts: posez des questions, demandez des avis et vérifiez leur succès dans des domaines appropriés.

LES PAROLES SONT FACILES, CODER AUSSI – L'EXÉCUTION EST LA PARTIE LA PLUS DIFFICILE. ↗

03

SECTION 03

IDÉE:

TROUVEZ VOTRE MINE D’OR

IDÉE :
TROUVEZ VOTRE MINE D'OR

L'objectif ici n'est pas de trouver **l'idée parfaite dès le départ**, elle évoluera naturellement. L'essentiel est de **la valider rapidement** en la lançant, en recueillant des retours du marché et en l'affinant en fonction des *insights* obtenus. **L'exécution est ce qui détermine réellement le succès.** L'**IA et les stratégies de plateforme** peuvent accélérer ce processus. **L'IA** aide à **analyser les tendances**, à **anticiper les évolutions du marché** et à **automatiser les tâches répétitives**, tandis qu'une **approche plateforme** assure une **base évolutive** qui simplifie les opérations dès le premier jour.

Une fois votre idée trouvée, **choisissez un nom**—ne perdez pas trop de temps à le perfectionner. Il est plus important comme **point de ralliement pour votre équipe** que comme un choix définitif. Pour bâtir votre entreprise, commencez par **identifier de vrais points de douleur** et leurs **solutions** adaptées.

LES ENTREPRENEURS DOIVENT OBSERVER ATTENTIVEMENT LES TENDANCES DU SECTEUR, ÉCOUTER LEURS CLIENTS ET ANALYSER LES CONCURRENTS. DÉCOUVRIR UNE DEMANDE DE MARCHÉ IMPLIQUE DE REPÉRER DES BESOINS AVANT QU'ILS NE DEVIENNENT COURANTS.

À LA RECHERCHE DE VOTRE IDÉE

01

PROBLÈME UTILISATEUR RÉEL

Assurez-vous que votre solution résout un vrai problème pour vos utilisateurs cibles en les engageant directement. Concentrez-vous sur des problèmes spécifiques plutôt que sur des abstractions.

02

ÉVITER L'IDÉE BLOQUANTE

Évitez les idées séduisantes mais difficiles à exécuter, qui peuvent entraîner des défis sans fin. Faites des recherches avant de vous engager dans un projet qui pourrait nécessiter un pivot.

03

PERTINENCE PERSONNELLE

Explorez les idées qui vous résonnent personnellement ou répondent à des problèmes rencontrés directement. L'expérience directe offre souvent des *insights* précieux.

04

CHANGEMENTS RÉCENTS

Les avancées en IA et les changements induits par la pandémie ont créé de nouvelles opportunités d'innovation. Le B2B SaaS a évolué avec l'Internet, les technologies mobiles, le *cloud computing* et l'IA. Comprendre cette série d'événements aide à aligner les produits avec les tendances actuelles.

05

TERRE FERTILE

Concentrez-vous sur les industries complexes avec des barrières d'entrée élevées ou une faible concurrence mais une forte demande. Ces secteurs sont propices à l'innovation.

06

PROXIES PERTINENTS

Une proxy est une grande entreprise dans un domaine similaire au vôtre, mais pas directement concurrente. Identifier les proxies peut vous aider à trouver des niches où vous pouvez être plus flexible, agile, proposer des prix compétitifs et créer des solutions mieux adaptées.

AIDER LES UTILISATEURS À AMÉLIORER LEUR PRODUCTIVITÉ, QUALITÉ DE VIE OU BESOINS EN TÉLÉMÉTRIE.

ÉTUDE DE CAS

stripe

MOMENT

Stripe est entré sur un marché déjà saturé par des solutions de paiement, où des entreprises comme PayPal dominaient. Malgré la concurrence, Stripe a **identifié une opportunité pour révolutionner les paiements en ligne** en offrant une **solution plus simple et conviviale pour les développeurs**. Reconnaissant le potentiel de créer un meilleur produit dans une industrie dominée par des systèmes de **paiement complexes et lourds**, Stripe a saisi l'occasion d'innover.

IDÉE

Malgré les **scepticismes de nombreux fondateurs et investi**sseurs qui voyaient l'idée soit comme mauvaise, soit comme trop difficile, **Stripe a persisté dans sa vision** de créer une infrastructure de paiement en ligne plus fluide et efficace.

MARCHÉ

Contrairement aux perceptions initiales, le marché des solutions de paiement en ligne s'est **avéré bien plus large et réceptif** qu'initialement anticipé. Alors que Stripe a pris de l'ampleur, **sa base d'utilisateurs s'est étendue rapidement**, prouvant ainsi le **marché inexploité** et validant l'approche novatrice de l'entreprise pour les paiements en ligne.

ÉVOLUTION D'UNE IDÉE: LE PIVOT

Un pivot est un **changement stratégique** où vous ajustez votre produit ou votre modèle d'affaires **en fonction des informations récoltées** et des retours des utilisateurs. Il s'agit d'adapter **votre offre pour mieux servir les besoins des clients** et rester à la pointe. Pensez à cela comme un **pas en avant positif** plutôt qu'une refonte complète.

EXEMPLES DE PIVOTS RÉUSSIS

DÉMARRER PETIT, DEVENIR GRAND

Le passage de l'idée à la croissance est souvent un **marathon, rarement un sprint**. Les entrepreneurs sont conseillés de lancer leur entreprise B2B SaaS en tant que projet secondaire.

Cela leur permet de tester des idées, de recueillir des retours et de **raffiner leurs offres sans s'engager pleinement**. À mesure que l'élan est gagné, l'apport d'au moins un cofondateur ajoute des compétences diversifiées, des responsabilités partagées et un soutien crucial pour l'échelle.

En attendant, vous pouvez travailler dans une entreprise technologique, une startup ou devenir expert dans un domaine pour recueillir des idées et de l'expérience. Lisez "*Pourquoi la Grandeur ne peut pas être planifiée*" de Kenneth Stanley, qui remet en question la sagesse conventionnelle sur le succès et explore les rôles de la sérendipité et de l'expérimentation dans la quête d'excellence.

LIRE: "WHY GREATNESS CANNOT BE PLANNED"

04

SECTION 04

FINANCEMENT: LANCEZ VOTRE STARTUP

FINANCEMENT:
LANCEZ VOTRE STARTUP

Le financement est souvent considéré comme le deuxième aspect le plus difficile du lancement d'une startup, le premier étant la création d'un produit désiré par le marché. Obtenir du financement est une tâche ardue. Contrairement à l'image d'une collecte de fonds facile comme le montrent les émissions comme "Dans l'oeil du dragon", la réalité est bien plus complexe et exigeante. Cela nécessite une planification méticuleuse, de la persévérance et un investissement significatif de temps et d'efforts.

Il n'est pas toujours nécessaire de lever des fonds avant de développer la première version de votre idée et d'attirer des utilisateurs; des options de financement sont disponibles pour soutenir votre lancement. **Les investisseurs d'aujourd'hui ne recherchent pas seulement des produits innovants**—ils veulent voir des **stratégies opérationnelles innovantes**. Des approches modernes comme le ***"Platform Engineering"*** pour standardiser votre base technologique pour la croissance, ou **l'automatisation par l'IA** peuvent vous démarquer du lot.

PARFOIS, IL PEUT VOUS COÛTER PLUS CHER DE GRANDIR TRÈS RAPIDEMENT: VOUS PERDEZ EN ÉQUITÉ, EN CONTRÔLE ET EN ACTIONS. LE MEILLEUR TYPE DE FINANCEMENT VIENT DE VOS CLIENTS.

FINANCER VOTRE LANCEMENT

La première ronde de financement comprend généralement des **subventions**, des **fonds d'amis et de la famille**, et parfois une ronde ***seed***. D'autres options existent également pour vous aider à réduire les coûts ou à sécuriser des sommes importantes que vous devrez détailler dans votre plan d'affaires décrit dans la section suivante.

FAÇONS DE FINANCER VOTRE LANCEMENT

SUBVENTIONS

Dans votre secteur

INCUBATEURS & ACCELERATEURS

Dans votre région

CRÉDITS D'IMPÔTS

Pour vos projets R&D

PROGRAMMES POUR STARTUP

Pour des rabais et crédits

AMIS & FAMILLE

Financement pré-*seed*

SERVICES DE CONSULTATION

Pour "*bootstrapping*"

A. SUBVENTIONS

Pour lancer votre projet, commencez par rechercher les **subventions disponibles dans votre région**, en particulier celles adaptées au **secteur technologique ou à votre industrie spécifique**. Les subventions sont des fonds **non remboursables** offerts par des organismes gouvernementaux ou des organisations pour soutenir des initiatives. Concentrez-vous sur celles qui correspondent aux objectifs de votre startup, car elles peuvent offrir un **coup de pouce financier significatif sans exiger de céder des parts** de votre entreprise. Ces fonds sont généralement assortis de **moins de contraintes** par rapport à d'autres options de financement et varient de **quelques milliers à plusieurs millions de dollars**! Voici quelques ressources pour vos recherches:

- PME MTL: Accompagnement et financement pour les entrepreneurs
- BDC: Banque pour les entrepreneurs
- Programme canadien d'adoption du numérique: Encourage les entreprises à investir dans des technologies numériques.
- CNRC-PARI (Programme d'aide à la recherche industrielle du CNRC): Conçu pour soutenir les petites et moyennes entreprises

B. INCUBATEURS ET ACCELERATEURS

Considérez l'affiliation avec **des incubateurs ou accélérateurs** associés à votre école ou à d'autres organisations. Ces programmes offrent plus que du financement (souvent jusqu'à quelques milliers de dollars); ils fournissent des **ressources** inestimables, du mentorat et un environnement structuré pour **favoriser la croissance** de votre startup. Les accélérateurs, en particulier, sont réputés pour leurs programmes qui permettent de faire avancer rapidement les startups au niveau suivant. Quelques exemples d'incubateurs et d'accélérateurs au Québec:

- PME MTL (Montréal): Coaching et financement pour les entrepreneurs
- Centech (Montréal): Incubateur affilié à l'École de Technologie Supérieure (ÉTS). Il offre des programmes, des ateliers et du mentorat pour aider les startups technologiques à croître.
- FounderFuel (Montréal): Accélérateur offrant un financement initial, du mentorat et un accès à un réseau d'investisseurs et d'experts de l'industrie.
- TandemLaunch (Montréal): Incubateur spécialisé dans la technologie profonde, se concentrant sur la création et la croissance de startups en début de phase dans des domaines comme l'intelligence artificielle, la vision par ordinateur et la robotique.

Ce ne sont que quelques exemples, et il existe plusieurs autres incubateurs et accélérateurs au Québec qui s'adressent à divers secteurs et différentes étapes de développement des startups.

C. CRÉDITS D'IMPÔTS

Optimiser les crédits d'impôts pour votre startup SaaS B2B peut être un véritable **atout**, mais leur gestion peut être complexe.

L'un des crédits d'impôts les plus lucratifs disponibles pour les entreprises canadiennes est l'incitation fiscale à la recherche scientifique et au développement expérimental (SR&ED), qui récompense les entreprises pour leurs **activités d'innovation et de R&D.**

POUR MAXIMISER CES CRÉDITS, ENVISAGEZ D'ENGAGER UN CONSULTANT EXPERT EN FISCALITÉ ET EN RÉGLEMENTATION.

Des conseillers peuvent vous aider à naviguer les complexités de chaque crédit, assurant ainsi que vous **maximisiez vos bénéfices** et conserviez plus d'argent pour alimenter votre croissance. Cela prendra du temps à gérer, mais cela en vaudra la peine.

D. PROGRAMMES POUR STARTUP

Les **programmes pour startups** offrent des avantages financiers grâce à des **rabais** et des **crédits**, aidant les entreprises B2B à réduire leurs coûts initiaux. Par exemple, HubSpot propose **jusqu'à 90 % de réduction la première année**, et AWS offre **jusqu'à 100 000 $ en crédits**. Ces opportunités permettent **d'accélérer la croissance** en accédant à des services essentiels. Recherchez les différents programmes disponibles qui peuvent soutenir le développement de votre startup.

E. AMIS ET FAMILLE

Cette étape de financement repose sur l'obtention de **fonds initiaux auprès de vos contacts personnels**, généralement entre **quelques milliers et 100 000$**. Bien que pratique en raison de l'accès directe à vos proches, cette option comporte des inconvénients, comme **les risques de mêler affaires et relations personnelles** ou des limites en termes de connexions et de statut d'investisseur.

F. SERVICES DE CONSULTATION

Votre startup et le développement de votre produit peuvent également être financés en **vendant des services**, en offrant de la consultation dans **votre domaine d'expertise**. Cette approche permet une transition progressive d'un modèle orienté services à un **modèle orienté produits**, les clients finançant les coûts de développement. Cela garantit que vous créez un produit utile à au moins un client et vous adaptez à leurs **besoins réels**.

Cependant, s'appuyer uniquement sur **l'autofinancement** comporte des limites, notamment des **contraintes financières**, des **distractions** liées aux tâches client et un manque de concentration sur la croissance. Si la consultation fournit des revenus immédiats et aide à valider votre idée, il peut freiner le succès à long terme de votre startup en raison de sa nature axée sur les services.

ASSUREZ-VOUS D'AVOIR UN PLAN POUR LIMITER VOTRE DÉPENDANCE ENVERS LA CONSULTATION SI VOUS SOUHAITEZ VOUS CONCENTRER SUR VOTRE MODÈLE SAAS.

LES PROCHAINES ÉTAPES DU FINANCEMENT DE VOTRE LANCEMENT

Les investisseurs soutiennent à la fois des **idées visionnaires** et une **exécution innovante**. Des approches modernes comme les **platesformes standardisées** et **l'automatisation par l'IA** montrent votre capacité à **construire efficacement dès le premier jour**—un atout clé pour lever des fonds. Faites appel à un CFO fractionné expérimenté en B2B SaaS au besoin, une solution flexible et économique permettant d'accéder à un talent de haut niveau.

Durant votre parcours de levée de fonds, les **refus sont inévitables**, et cela fait partie du **processus**. Continuez à **raffiner** votre *pitch* et à **persévérer** face aux obstacles. Certains rejets peuvent être liés à des facteurs externes, comme la conjoncture économique ou des incompatibilités avec les intérêts des investisseurs. Restez déterminé et poursuivez vos efforts jusqu'à trouver **le bon partenaire**.

LES PROCHAINES ÉTAPES DE FINANCEMENT

A. FINANCEMENT “SEED”

Le **financement d’amorçage** est utilisé pour développer le produit ou l’idée et se situe généralement entre **500 000 $ et 2 000 000 $**. Les frais juridiques sont minimes à ce stade. **Convaincre les investisseurs est plus important qu’une présentation flamboyante.** Lors de la décision sur le montant à lever, tenez compte des **progrès réalisables**, de votre **crédibilité** auprès des investisseurs et de la **dilution**, idéalement entre 10% et 20%. Calculez le montant nécessaire pour couvrir plusieurs mois d’opérations, y compris les salaires.

Présenter un projet à des investisseurs peut être difficile et demande du **temps**, de **l’énergie** et de la **motivation** qui doivent être détournés des clients potentiels. Les investisseurs donnent souvent des retours sur votre **rentabilité** unitaire plutôt que sur l’adéquation produit-marché ou les besoins des clients, ce qui exige un **équilibre attentif entre ces efforts**.

B. SÉRIES A, B, C & D

À mesure que la startup évolue, elle passe par les **séries A, B, C et D**, chaque tour attirant des **investissements plus importants** pour **accroître ses opérations**, avec des montants typiques entre **10 et 50 millions $** pour les séries A-B et bien plus pour les séries C-D. Ces tours sont beaucoup plus complexes et nécessitent des informations supplémentaires non incluses dans ce guide, comme celles sur la valorisation.

COMPRENDRE LA DIFFÉRENCE ENTRE LES INVESTISSEURS

Distinguer les types d’investisseurs est essentiel, car votre ***pitch*** **doit généralement être adapté** à leurs préférences et aux montants qu’ils souhaitent investir.

TYPES D’INVESTISSEURS

01 **INVESTISSEURS ANGES**

Individus fortunés qui financent les startups en échange de parts, offrant contacts et conseils. Ils recherchent une idée convaincante, une équipe solide et une stratégie de sortie (acquisition ou introduction en bourse). Les connexions personnelles sont essentielles, et les termes des accords peuvent varier.

02 **FIRMES “SEED”**

Les fonds d’amorçage investissent de petits montants à un stade précoce, comme les anges, mais opèrent comme des entreprises. Ils sont accessibles via leur site web ou e-mail, utilisent des termes standardisés et investissent souvent au stade de l’idée, préparant les startups au financement VC.

03 **CAPITAL-RISQUEURS (VCS)**

Les capital-risqueurs (VCs) gèrent des fonds plus importants, investissant plusieurs millions à des étapes avancées. Ils imposent des conditions strictes, comme la priorité au retour sur investissement et une influence sur le conseil d’administration. Les startups doivent les approcher avec une vision claire et des fondateurs qualifiés.

05

SECTION 05

PLAN D'AFFAIRES: DOCUMENTEZ VOTRE VISION

PLAN D'AFFAIRES:
DOCUMENTEZ VOTRE VISION

Votre plan d'affaires est bien plus qu'un simple document; c'est la **boussole qui guide l'exécution de votre vision**. Bien qu'il puisse sembler être une formalité bureaucratique, il n'en est rien. Un plan d'affaires représente un **investissement stratégique de temps et de réflexion**, garantissant que l'entreprise parle **d'une seule voix**. Il exprime la **raison d'être** de l'entreprise, définit sa **proposition de valeur unique** et clarifie sa **position** sur le marché. Cette clarté est essentielle non seulement pour les parties prenantes externes, mais aussi pour assurer la **cohésion et la motivation** de l'équipe interne. Lorsque chaque membre de l'équipe comprend les **priorités** de l'entreprise, il devient un porteur de la **vision commune**, particulièrement à long terme.

Une bonne connaissance de votre **secteur** et une **vision claire** facilitent la gestion de votre équipe en tant que fondateurs. Croyez-nous! Ce n'est pas toujours simple lorsque vous commencez à recevoir des commentaires et idées de toutes parts, vous incitant à changer de direction. Il est crucial de **rester agile tout en gardant un cap ferme sur votre vision globale.**

> **[LA VISION ET LA STRATÉGIE NE SUFFISENT PAS. LE SECRET DU SUCCÈS À LONG TERME RÉSIDE DANS L'EXÉCUTION. JOUR APRÈS JOUR. CHAQUE JOUR.]**
>
> **– RICHARD M. KOVACEVICH**

LES ÉLÉMENTS ESSENTIELS D'UN PLAN D'AFFAIRES

Voici un **modèle pour créer un plan d'affaires** clair et efficace, proposé par **PME MTL**, un réseau d'experts en financement et accompagnement des entrepreneurs et entreprises. **Les principales sections y sont détaillées et expliquées.**

LISEZ LA PAGE SUIVANTE POUR DES ASTUCES SUPPLÉMENTAIRES.

TÉLÉCHARGER LE MODÈLE

A. RÉSUMÉ

Un **aperçu du plan complet** résumant la mission d'entreprise, ses produits/services et ses objectifs.

FAITES-LE EN DERNIER: UN OUTIL D'IA GÉNÉRATIVE COMME CHATGPT PEUT VOUS FAIRE GAGNER DU TEMPS.

B. ENTREPRISE

Une exploration approfondie de l'entreprise: son histoire, sa **mission** (votre « quoi »), sa **vision** (votre « pourquoi »), ses **valeurs** (votre « comment »), **l'équipe fondatrice** et le **modèle de revenus**. Montrez que votre entreprise peut générer de la valeur.

→ Lire section #02 Équipe fondatrice
→ Lire section #03 Idée

Pour vous aider avec le modèle de revenus, familiarisez-vous avec les bases financières.

→ Lire #07 Bases financières

C. MARKETING

Une stratégie globale de marketing et de communication accompagnée d'une étude approfondie du secteur, des **tendances du marché**, des **concurrents** et du **public cible**. Cette section présente également une feuille de route pour atteindre et acquérir des clients grâce à des **tactiques promotionnelles et de vente**. Pour votre analyse concurrentielle, restez attentif à l'échelle mondiale: cela vous permet de « reprendre » des solutions de marché existantes et de les améliorer grâce à vos idées, accélérant ainsi la recherche de l'adéquation produit-marché.

→ Lire *Steal Like an Artist by Austin Kleon*, un manifeste pour la créativité à l'ère du numérique.

Bien qu'un livre de marque complet ne soit pas nécessaire dans votre plan d'affaires, il est important de commencer à réfléchir à votre **image de marque** et de communication dès maintenant.

→ Lire section #05 Image de marque et Communication

D. PLAN OPÉRATIONNEL

Une présentation détaillée de ce que l'entreprise propose, en mettant l'accent sur les **arguments de vente uniques**, ainsi qu'un aperçu de sa **structure**, de son équipe dirigeante et des membres clés.

→ Lire section #02 Équipe fondatrice

E. PRÉVISIONS FINANCIÈRES

Une projection des **besoins en financement** et de la **performance financière attendue** de l'entreprise, incluant des états des résultats, des bilans et des flux de trésorerie.

Comprenez la **gestion de trésorerie** dès le départ et familiarisez-vous avec les métriques financières propres aux opérations d'une entreprise B2B SaaS. Cette connaissance vous aidera à éviter des crises pouvant impacter votre équipe et ne de ne jamais manquer une paie!

→ Lire section #07 Bases financières

Pour **financer votre startup**, commencez par rechercher toutes les subventions disponibles dans votre région. Surveillez les programmes technologiques ou spécifiques à votre secteur pour vous aider à démarrer. Explorez également les incubateurs ou accélérateurs liés à votre école ou à d'autres organisations, car ils offrent des ressources précieuses et peuvent vous connecter à des mentors.

→ Lire section #04 Financement

CHERCHEZ LE SOUTIEN DE CONSEILLERS DE CONFIANCE ET DE PROFESSIONNELS FIABLES POUR VOUS GUIDER À TRAVERS LES DIFFÉRENTES SECTIONS.

06

SECTION 06

IMAGE DE MARQUE ET COMMUNICATION: CULTIVEZ VOTRE IMAGE

IMAGE DE MARQUE ET COMMUNICATION:

CULTIVEZ VOTRE IMAGE

Une fois que vous avez une **meilleure idée de qui sont vos clients**, vous pouvez a**pprendre à mieux les connaître** et vous concentrer sur le **développement d'un nom ainsi que d'une stratégie robuste de *branding* et de communication** pour lancer vos efforts de **sensibilisation**. **L'identité** et la **perception** d'une entreprise sont intrinsèquement liées à son succès.

Le **nom de votre entreprise** n'est pas qu'une simple suite de lettres: c'est une **porte d'entrée vers l'essence de votre marque**. Un nom bien choisi incarne les **valeurs**, la **mission** et **l'identité** de votre entreprise. Il constitue le **premier point de contact** avec vos clients et partenaires potentiels, donnant le ton des relations futures. Choisir un nom ne relève pas du hasard: c'est une **décision stratégique** qui influence la **mémorisation** de la marque, son **positionnement** sur le marché et sa perception globale.

L'IMPACT POSITIF D'UN *BRANDING* SOLIDE

01

CONFIANCE ET CRÉDIBILITÉ

Une marque bien établie inspire confiance et crédibilité aux yeux des clients potentiels. Elle reflète fiabilité, pérennité et engagement envers la qualité.

02

DIFFÉRENCIATION

Dans un marché saturé, un branding fort distingue votre entreprise de la concurrence. Il met en valeur ce qui rend votre offre unique et la positionne comme la solution de référence.

03

FIDÉLISATION

Une marque qui résonne émotionnellement avec son public favorise la fidélité. Les clients ne sont pas de simples acheteurs ils deviennent des ambassadeurs qui contribuent au succès à long terme.

04

VALEUR PERÇUE

Un *branding* solide renforce la valeur perçue de vos produits. Il crée une impression de qualité supérieure, justifiant ainsi des prix compétitifs.

05

COMMUNICATION

Un message de marque clair et cohérent facilite une communication efficace. Il garantit que votre audience comprend votre proposition de valeur, renforçant ainsi la connexion avec votre entreprise.

EXEMPLE D'UNE IMAGE DE MARQUE RÉUSSIE EN B2B SAAS: LIRE LE CAS DE SLACK

APPRENEZ À CONNAÎTRE VOS PERSONAS D'ACHETEURS

Les **personas d'acheteurs** sont des représentations fictives et généralisées de vos **clients idéaux**. Ils vous aident à mieux comprendre vos **clients existants et potentiels**, tout en facilitant la création de contenu adapté aux **besoins, comportements et préoccupations** spécifiques de différents groupes. Pour bâtir votre **stratégie produit et marketing**, il est essentiel d'explorer les o**bjectifs, frustrations et points de douleur** de votre audience cible. Utilisez le modèle ci-dessous pour créer un profil détaillé.

EN SAVOIR PLUS SUR LES PERSONAS

TÉLÉCHARGER LE MODÈLE

DUALITÉ DANS LE BRANDING: IDENTITÉ DE L'ENTREPRISE VS. IDENTITÉ DU PRODUIT

La décision **d'aligner le nom de votre entreprise avec celui de votre produit** ou de conserver une **identité distincte** pour chacun est complexe. Opter pour des **noms différents** offre une **flexibilité stratégique**. Cela permet un **positionnement produit plus ciblé** et facilite **l'évolutivité** à mesure que votre portefeuille de produits se développe. De plus, un nom distinct pour le produit peut **renforcer la connexion** entre ce dernier et sa base d'utilisateurs.

Cependant, retenir **plusieurs noms** peut être contraignant pour vos clients, surtout **dans les premières années** après le lancement. Vous devrez également **rivaliser pour les mots-clés** sur les moteurs de recherche. Il pourrait donc être judicieux de **commencer avec un seul nom** et de considérer une separation des entités plus tard.

ÉVOLUTION ET ADAPTION: LE REBRANDING COMME STRATÉGIE

Les entreprises évoluent, s'étendent ou pivotent. Une stratégie de branding tournée vers l'avenir prend cette réalité en compte. Bien qu'il s'agisse d'une démarche conséquente, le *rebranding* peut revitaliser une marque, l'aligner sur les tendances du marché et renforcer sa pertinence. Qu'il soit motivé par un changement d'orientation, un public cible plus mature ou des avancées technologiques, le *rebranding* démontre un engagement à rester actuel et pertinent. Ainsi, ne vous inquiétez pas trop si tout n'est pas parfait dès le départ.

VOICI QUELQUES EXEMPLES DE REBRANDINGS RÉUSSIS ET MOINS RÉUSSIS.

VOUS SEREZ MAINTENANT PRÊTS À ENREGISTRER VOTRE NOM D'ENTREPRISE ET D'ÉVENTUELLES MARQUES DÉPOSÉES.

→ LIRE LA PROCHAINE SECTION: #07 ESSENTIELS ADMINISTRATIFS.

07

SECTION 07

ESSENTIELS ADMINISTRATIFS: SÉCURISEZ VOTRE FONDATION

ESSENTIELS ADMINISTRATIFS:
SÉCURISEZ VOTRE FONDATION

Accomplir ces tâches administratives peut ressembler à un labyrinthe – simplifions le processus en éclairant les **étapes essentielles** à franchir dès le départ.

ENREGISTREMENT DU NOM

Votre nom de marque est un identifiant unique qui incarne **l'essence de votre entreprise**. Pour éviter les **complications juridiques**, commencez par **confirmer sa disponibilité**. Cela passe par des recherches approfondies et le respect des procédures d'enregistrement auprès des registres du Québec et du Canada. Pour une approche axée sur le Québec, **l'enregistrement** de votre nom d'entreprise se fait via la plateforme du **Registraire des entreprises du Québec (REQ)**. Ce processus nuancé exige des recherches minutieuses pour s'assurer que le nom choisi n'entre pas en conflit avec une entreprise existante. À l'échelle fédérale, l'**Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC)** gère l'enregistrement des noms commerciaux. Les entrepreneurs peuvent y effectuer une recherche complète avant de finaliser leur choix. Notez qu'une recherche payante est requise, alors choisissez avec soin.

MARQUES DE COMMERCE

Les marques de commerce **protègent votre identité de marque** contre les utilisations non autorisées. Leur enregistrement nécessite une navigation dans la propriété intellectuelle, tant au niveau provincial que fédéral. Les entrepreneurs devraient consulter la **base de données des marques de commerce canadiennes** et l'**OPIC** pour assurer une protection complète.

NOM DE DOMAINE

Votre nom de domaine est la porte d'entrée vers votre présence en ligne. L'enregistrer et le sécuriser est une **décision stratégique**. Les entrepreneurs peuvent utiliser des services d'enregistrement via des **fournisseurs d'hébergement** pour assurer une gestion fluide. Beaucoup de noms populaires étant déjà pris, il est courant de rencontrer cet obstacle. Toutefois, avec l'évolution constante des extensions URL, il est désormais plus facile de trouver le nom souhaité. Voici quelques tendances actuelles:

SUGGESTION #1: AJOUTER UN PRÉFIXE

→ get, go, app... sont populaires pour les applications web. Ex.: get.sequolia.com or go.sequolia.com

SUGGESTION #1: AJOUTER UN SUFFIXE

→ Si les .com and .ca sont pris, essayez d'autres extensions tendance: .io, .ai, .tech, .co, .xyz, etc. Ex.: sequolia.co

NOUS RECOMMANDONS D'ACHETER LES NOMS DE DOMAINE CONNEXES POUR ÉVITER LA CONFUSION ET FACILITER LA RECHERCHE DE VOTRE ENTREPRISE.

TYPES DE SOCIÉTÉS ET CONVENTION ENTRE ACTIONNAIRES

Lors du démarrage de votre entreprise, vous pouvez choisir parmi **plusieurs types de sociétés**, chacune offrant des avantages spécifiques.

- **L'entreprise individuelle** est la forme la plus simple, offrant un **contrôle total** mais avec une **responsabilité personnelle** des dettes.
- **Une société en partenariat** implique deux personnes ou plus **partageant profits, pertes et responsabilités.**
- **Une société à responsabilité limitée** offre une **protection contre les dettes** tout en assurant **flexibilité de gestion et d'imposition**.
- **Une société par actions** est une **entité distincte** offrant une **responsabilité limitée** et la possibilité de **lever des fonds via des actions**, mais elle subit une **double imposition** sur les bénéfices et les dividendes.

Le choix dépend de vos objectifs, préoccupations en matière de responsabilité et considérations fiscales.

Une **convention entre actionnaires** est un **document clé** qui définit les **droits**, **responsabilités** et **obligations** des actionnaires d'une entreprise. Elle couvre des aspects tels que la propriété des parts, les droits de vote, la distribution des dividendes et les mécanismes de résolution des conflits. Cette convention garantit transparence, responsabilité et alignement des intérêts des actionnaires pour une gouvernance solide.

VOUS AUREZ BESOIN DE CONSULTER UN AVOCAT POUR RÉDIGER VOTRE CONVENTION ENTRE ACTIONNAIRES.

BREVETS ET DROIT D'AUTEUR

La question d'obtenir un **brevet ou un droit d'auteur** est importante à se poser. Cette décision dépend de **la nature de votre innovation** et de sa **capacité à être reproduite**.

- Un **brevet** octroie des **droits exclusifs sur une invention**, mais l'obtenir implique un **processus d'application complexe**. Les entrepreneurs doivent évaluer la nouveauté et l'originalité de leurs créations avant de se lancer. Vous pouvez effectuer vos propres recherches dans la **base de données des brevets canadiens**, mais il est recommandé de consulter un expert si vous pensez que cela s'applique à votre situation.
- En revanche, un **droit d'auteur protège automatiquement les œuvres originales**, telles que les créations littéraires, artistiques ou musicales, en accordant des droits exclusifs au créateur dès leur création. Si votre innovation **concerne du contenu écrit, du code logiciel ou des créations artistiques**, le droit d'auteur peut être la protection la plus appropriée. Contrairement aux brevets, le droit d'auteur **ne nécessite pas d'enregistrement**, bien que l'enregistrement puisse renforcer vos moyens d'application.

CONSULTEZ UN EXPERT JURIDIQUE POUR DÉTERMINER LA MEILLEURE APPROCHE POUR VOTRE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE.

08

SECTION 08

BASES FINANCIÈRES: DÉCOUVREZ LES FLUX DE TRÉSORERIE

BASES FINANCIÈRES: DÉCOUVREZ LES FLUX DE TRÉSORERIE

Le succès d'une startup repose sur un **modèle de prix récurrent**, une **gestion financière stratégique** des flux de trésorerie et une compréhension **des indicateurs clés de performance (KPI)**. Nous recommandons fortement de faire appel à un **comptable ou un CFO fractionnaire expérimenté en B2B Saa**S pour vous guider dans ces processus et vous fournir des conseils.

CHAQUE CONCEPT DE CETTE SECTION EST DYNAMIQUE ET ÉVOLUERA AVEC LE TEMPS.

VOTRE PREMIER MODÈLE DE PRIX

Créer votre **premier modèle de prix pour votre startup B2B SaaS** est comme s'aventurer en territoire inconnu. **La tarication est l'un des aspects les plus complexes** d'une startup, alors ne vous inquiétez pas si vous ne la trouvez pas parfaitement dès le départ! **Estimez et validez vos prix** avant le lancement en vous basant sur la valeur perçue et les conditions du marché. En apprenant à mieux connaître vos clients, vous découvrirez des opportunités pour **ajuster vos prix** et l'aligner sur leurs besoins. Rappelez-vous que vos **premiers utilisateurs prennent un risque** en vous faisant confiance, donc ils comprendront que vos prix ne soient pas figés dès le premier jour. **Restez flexible**, **recueillez du *feedback*** et ajustez au besoin. Avec le temps, vous affinerez un modèle de tarification qui conviendra autant à votre entreprise qu'à vos clients, tout en ajoutant davantage de valeur.

COMMENCEZ PAR VOUS CONCENTRER SUR LES REVENUS RÉCURRENTS (VOIR MRR DANS LA SECTION KPI À LA PAGE SUIVANTE). C'EST UNE BASE SOLIDE POUR GÉNÉRER DE LA VALEUR POUR VOTRE ENTREPRISE.

LA TRÉSORERIE COMME PILIER DE STABILITÉ

La **trésorerie est le moteur** de toute entreprise, particulièrement dans le B2B SaaS. Les entrepreneurs doivent rapidement **comprendre les flux de trésorerie** pour assurer la stabilité opérationnelle et éviter les crises, comme des **salaires impayés**, qui peuvent nuire à la confiance. Votre ***cash runway*** — soit le nombre de mois avant l'épuisement de votre trésorerie — peut être estimé grâce à des prévisions ou calculé à partir de votre ***burn rate***, c'est-à-dire la différence entre vos dépenses et vos revenus. Une bonne gestion des flux de trésorerie permet de maintenir la **continuité des opérations** et de préserver le moral de l'équipe.

OUTILS POUR UNE GESTION EFFICACE

De nombreux outils financiers existent, comme des logiciels de comptabilité complets (QuickBooks et Xero) aux plateformes avancées de planification financière (Sage). Ces solutions **simplifient les processus financiers**, améliorent la **transparence** et renforcent la **stabilité financière.**

DÉBUTEZ AVEC QUELQUES KPIS

D'un point de vue financier, ces **indicateurs clés offrent une vue précise de la santé fiscale** de votre entreprise. Les comprendre et les **suivre régulièrement** est essentiel pour prendre des décisions éclairées, optimiser vos stratégies commerciales et assurer une **croissance durable.**

$ MRR

REVENU MENSUELS RÉCURRENTS

Revenu mensuel prévisible issu des abonnements, offrant une mesure stable de la santé financière.

$ ARR

REVENU ANNUEL RÉCURRENTS

Équivalent annuel du MRR (**MRR × 12**), permettant d'évaluer la performance sur l'année.

#

UTILISATEURS OU CLIENTS ACTIFS

Nombre total d'abonnés, indiquant l'adoption et l'utilisation du produit sur le marché.

$ CAC

COÛT D'ACQUISITION CLIENT

Coût moyen pour acquérir un client (**coût total d'acquisition ÷ nouveaux clients**), incluant marketing, publicité et ventes.

%

TAUX D'ATTRITION (CHURN RATE)

Pourcentage de clients perdus sur une période, révélateur des défis de rétention (**clients perdus ÷ clients totaux**).

$ CLV

VALEUR VIE CLIENT

Revenu estimé généré par un client sur toute sa durée d'abonnement (**achat moyen × fréquence × durée de vie**).

$ EBITDA

BÉNÉFICES AVANT INTÉRÊTS, IMPÔTS, DEPRECIATION ET AMORTISSEMENT

Indicateur de rentabilité opérationnelle (**revenus – dépenses opérationnelles**, hors intérêts, taxes et amortissements).

$

REVENUS BRUTS ET NETS

Top line désigne le chiffre d'affaires total.
Bottom line fait référence au bénéfice net (après toutes les dépenses, taxes, etc.).

$

PROFITABILITÉ

•Les startups tech mettent plus de temps à être rentables, mais atteignent généralement des **marges plus élevées** que les entreprises traditionnelles.

09

SECTION 09

ANNEXE :

QUELQUES RESSOURCES POUR VOTRE DÉMARRAGE

ANNEXE :
OUTILS DE PRODUCTIVITÉ

Utiliser les **bons outils** peut considérablement **améliorer votre productivité** et rationaliser vos opérations. Voici une liste sélectionnée d'outils populaires plébiscités par les professionnels du secteur, incluant nos recommandations.

LE CHOIX DE LA BONNE COMBINAISON D'OUTILS DÉPEND DE VOS BESOINS SPÉCIFIQUES ET DE VOS PROCESSUS. À VOUS ET À VOTRE ÉQUIPE DE DÉFINIR VOS PRÉFÉRENCES. N'OUBLIEZ PAS DE RECHERCHER DES PROGRAMMES POUR STARTUPS QUI OFFRENT DES INCITATIFS OU CRÉDITS.

QUELQUES INCONTOURNABLES

COURRIEL ET STOCKAGE

Options: Microsoft Outlook 365 or Google Business
Bien que les deux options proposent un stockage cloud et l'édition collaborative de documents, la suite professionnelle de Microsoft, associé à OneDrive, est souvent préférée pour ses fonctionnalités avancées et son intégration fluide avec les autres outils Microsoft. Vous accéderez ainsi à la suite Office, incluant Excel, Word, PowerPoint et Teams.

COMMUNICATION INTERNE

Option: Slack
Slack est une plateforme populaire pour la communication interne, grâce à ses canaux organisés, ses messages directs et ses intégrations avec diverses applications qui permettent aux équipes de rester connectées et informées.

NOTES ET ADMIN

Option: Notion
Notion dépasse la simple prise de notes, offrant une plateforme complète pour la gestion de tâches, la collaboration et la documentation. Sa polyvalence en fait un favori pour les équipes cherchant une solution tout-en-un.

AUTOMATISATION DE NOTES

Option: Fireflies AI
Fireflies AI est un assistant de réunion intelligent qui transcrit, enregistre et analyse les conversations pour améliorer la productivité et la collaboration.

CRM & VENTES

Option: HubSpot ou Attio
HubSpot est une solution complète qui intègre des outils de gestion de la relation client (CRM) et de *pipeline* de ventes. Il propose une plateforme unifiée pour optimiser les interactions clients, gérer les pipelines commerciaux et renforcer les efforts marketing.

MARKETING & VENTES

Option: Canva
Canva simplifie la création de supports marketing et de présentations commerciales visuellement attrayants. Son interface conviviale et sa vaste bibliothèque de modèles en font un atout précieux pour les besoins de conception.

SITE WEB & INBOUND MARKETING

Option: HubSpot
HubSpot étend ses fonctionnalités au système de gestion de contenu (CMS) et au marketing entrant. En tant que plateforme unifiée, HubSpot permet aux entreprises de gérer efficacement leur contenu, d'appliquer des stratégies de marketing entrant et de coordonner des initiatives d'engagement client cohérentes.

GESTION DE PRODUIT

Options: Jira for Project Management & Confluence for Documentation
Jira est réputé pour ses capacités de gestion agile de projet, tandis que Confluence le complète en offrant un espace collaboratif pour créer, partager et faire évoluer la documentation des projets.

DESIGN DE PRODUIT

Option: Figma
Figma est un outil polyvalent de conception et de prototypage qui facilite la création collaborative de produits. Il permet une collaboration en temps réel fluide entre les équipes de design, simplifiant tout le processus de conception. Du wireframing au prototypage, Figma permet aux designers de créer et itérer efficacement avec précision.

STRATÉGIE DE PLATEFORME

Option: Sequolia
Sequolia permet aux SaaS B2B de se développer rapidement, en toute sécurité et à grande échelle grâce à une stratégie de plateforme solide, du code à la production. Leur offre inclut une plateforme contenant tous les éléments essentiels pour bien démarrer.

COMPTABILITÉ

Option: Quickbooks
QuickBooks est un logiciel de comptabilité largement utilisé, conçu pour aider les entreprises à gérer facilement leurs finances. Il propose diverses fonctionnalités telles que la facturation, le suivi des dépenses, la gestion de la paie et les rapports financiers, en faisant un choix populaire pour les petites et moyennes entreprises.

GÉNÉRATION DE TEXTE

Option: ChatGPT
Exploitez la puissance de l'IA conversationnelle avec ChatGPT pour générer du texte. Cet outil polyvalent est idéal pour créer du contenu engageant, automatiser les réponses et améliorer les interactions utilisateurs.

TRAITEMENT D'IMAGES

Option: Midjourney
Midjourney offre des solutions efficaces de traitement d'images, facilitant des tâches telles que le redimensionnement, l'optimisation et la transformation. C'est un atout précieux pour optimiser le contenu visuel dans un contexte B2B SaaS.

CES OUTILS DEVRAIENT VOUS AIDER À DÉMARRER!

ANNEXE :
LECTURES ET MODÈLES

Quelques lectures et modèles pour lancer votre entreprise B2B SaaS.

ENTREPRENEURIAT
- Lire: *The Big 5 Personality Traits*
- Lire: *The 8 Personas of Successful Entrepreneurs*

IDÉE
- Lire: *Find your Market Pull: Julian Startup Guide*
- Lire: *Steal Like an Artist par Austin Kleon*
- Lire: *Why Greatness Cannot be Planned par Kenneth O. Stanley & Joel Lehman*

ÉQUIPE
- Voir: *Lessons from a Titan with Doug Leone*
- Voir: *Build Amazing Teams with Keith Rabois*

PLAN D'AFFAIRES
- Télécharger le modèle: Guide pour rédiger un plan d'affaires, Investissement Québec

MARKETING
- Lire: *Marketing Psychology: 10 Revealing Principles of Human Behavior*
- Lire et télécharger le modèle*: Buyer Personas Guide*

DÉVELOPPEMENT DE LOGICIEL
- Lire: *Manifesto for Software Development*
- Lire: Série: Comment bâtir un logiciel – Édition MVP

STRATÉGIE DE *"PLATFORM ENGINEERING"*
- Lire: Page de Ressources Sequolia

Nous avons rassemblé les termes clés utilisés dans l'industrie B2B SaaS pour vous aider à aborder les discussions en toute confiance.

ACCÉDER AU GLOSSAIRE