

« Création d'entreprise »

EPISODE 5 : « Marketing »

AUTEUR : Erick-Hector HOUNKPE

EDITEURS : Yann Durand, Aude Gensbittel

INTRO

Bonjour et bienvenue dans Learning By Ear. Aujourd'hui, le cinquième épisode de notre série consacrée à la création d'entreprise. Nos héros ont déjà avancé dans leur aventure commerciale. Tout du moins en ce qui concerne le concept. Alain, Kossi et Viviane ont finalement décidé de réaliser eux-mêmes leur sondage auprès du public cible car confier cette tâche aurait coûté trop cher. L'épisode d'aujourd'hui, intitulé « Marketing ou comment se faire connaître ? », débute par une intervention de notre expert : Daniel Huba, maître de conférences au centre régional pour le développement de l'entreprise de l'université Inoorero à Nairobi au Kenya.

1. Daniel Huba 14'

« Souvenez-vous, chers auditeurs, quand vous avez eu votre idée, vous l'avez mise sur papier. Vous vous êtes demandé ce qui est important pour vos clients, ce qu'ils recherchent. Puis vous avez testé votre idée sur le marché en posant des questions. »

2. **Narrateur:** Retrouvons donc nos amis. Ils sont chez Alain, et tirent les conclusions après avoir fini de classer les réponses à leur questionnaire. Les résultats sont assez étonnants

Scène 1 : Chez Alain en soirée

Alain, Kossi, Viviane

3. **ATMO : Ambiance intérieure,**

4. **SFX : froissements de papiers**

5. **VIVIANE :** Voilà, c'est bon. Tout est fini. Questionnaire totalement dépouillé !
6. **KOSSI :** Ben dites donc ! Nous nous sommes complètement trompés. En matière de mode, les enquêtés sont formels : il existe beaucoup de concurrents.
7. **ALAIN :** L'augmentation du nombre des défilés de mode, ces dernières années, aurait dû nous mettre la puce à l'oreille...
8. **VIVIANE :** C'est vrai, d'autant que mes recherches du côté de la chambre de commerce ont révélé l'existence de plus d'une vingtaine d'agences ou d'établissements commerciaux qui sont déjà actifs dans ce secteur d'activité... Mais, je pense que c'est une bonne chose d'avoir fait cette étude. Maintenant nous sommes fixés... Et il faut reconnaître que selon nos résultats, le marché est vaste et porteur...

9. **KOSSI :** Oui, à lire les réponses des enquêtés, c'est l'effet de la modernisation de la vie chez nous.
10. **ALAIN :** Par contre, concernant le design, le terrain semble encore vierge.
11. **VIVIANE :** Comment ça ?
12. **ALAIN :** Bah, les réponses montrent que le concept est relativement nouveau pour nos compatriotes. De plus, beaucoup confient n'avoir jamais fait appel aux services d'une agence ou d'un tiers pour avoir des conseils dans la mise en forme de leurs idées.
13. **KOSSI :** C'est vrai, ils se disent prêts à tenter le coup si de tels prestataires existaient... C'est dire que le marché est ouvert de ce côté-là.
14. **ALAIN :** Les élus locaux aussi pensaient la même chose quand je suis allé les consulter...
15. **VIVIANE :** Par contre, ils sont très nombreux à déclarer ne pas comprendre la nécessité de consulter, en plus de l'architecte, un spécialiste en design ou un cabinet en soutien dans le domaine la conception des formes ou de l'esthétique des bâtiments... Cela expliquerait qu'à la Chambre de Commerce, il n'y ait pas de référence d'agence qui fournisse ce type de service.
16. **ALAIN :** Ils disent carrément que c'est du gaspillage. Selon eux, l'architecte doit pouvoir être également compétent pour ça...

Pourtant, ce n'est pas l'avis du maire : lui il se plaint du manque d'entreprise dans ce secteur. Son cabinet veut lancer, en collaboration avec la chambre de commerce, des mesures d'incitation à la création de ce type d'entreprise. Surtout pour l'adjoint au maire chargé des édifices publics et du patrimoine, c'est devenu une nécessité de recruter des professionnels pour des services de qualité.

17. **KOSSI :** Moi je crois qu'en vérité, nos concitoyens ne sont pas contre : c'est plutôt l'aspect économique qui les repousse.
18. **VIVIANE :** A mon avis là où nous avons le plus de chance, c'est bien dans la décoration ou l'architecture intérieure. Il y a plein de gens qui se disent intéressés par le fait d'avoir un intérieur mieux décoré, même s'ils sont réticents à cause des coûts supplémentaires.
19. **ALAIN :** D'ailleurs, beaucoup parmi eux pensent qu'aujourd'hui il est nécessaire de prendre conseil en la matière chez des « professionnels », c'est leur mot !
20. **KOSSI :** Ecoutez, moi je n'ai pas trouvé grand-chose sur le net... Pas une seule annonce d'entreprise qui s'occupe de l'organisation des mariages et autres événement de la vie sociale. Peut-être que cette pratique paraît trop informelle, même si l'idée est novatrice, donc porteuse à l'avenir...
21. **VIVIANE :** Bon si on récapitule : l'assistance-conseil dans la décoration intérieure, et l'organisation des fêtes

sociales comme le mariage sont des secteurs qui peuvent prospérer...

22. **ALAIN :** Oui, mais on est au début, il nous faut plutôt commencer petit, nous concentrer sur un seul aspect, quitte à élargir les activités au fur et mesure que nos capacités augmentent...
23. **KOSSI :** Oui, ça me paraît plus sage. Et pour ça, moi je propose l'architecture intérieure. C'est novateur et la demande est là.
24. **VIVIANE :** Je suis d'accord. Et surtout, ça me paraît gérable pour le début. Enfin je vais pouvoir faire ce dont j'ai toujours rêvé !
25. **KOSSI :** Je croyais que c'était les animaux qui te passionnent !
26. **VIVIANE :** Mais non ! C'est ma mère qui veut absolument que je fasse des études vétérinaires, mais en fait je ne vis que pour le beau !
27. **ALAIN :** (Moqueur) Tu n'a jamais vu sa chambre Kossi ? Un vrai palais des mille et une nuits !
28. **VIVIANE :** C'est ça moque toi... Je suis sûre que les clients aimeront !
29. **Narrateur:** Laissons les jeunes se défouler. Ils l'ont bien mérité. D'autant que le chemin est encore long. A présent que l'idée ce précise il faut se construire une image pour pouvoir communiquer avec le public cible avec un maximum de conviction.

30. Daniel Huba 28''

« Maintenant vous devez formuler votre stratégie marketing en fonction des informations recueillies grâce à l'étude de marché. Si vous savez que ce sont des produits de qualité que les clients veulent vraiment, alors votre stratégie marketing doit insister sur la qualité. Si vous voyez que dans le domaine du textile, les gens préfèrent les produits de Dubaï plutôt que ceux qui viennent d'Europe, répétez leur : « Regardez, cela vient d'arriver de Dubaï ! » Rappelez-leur ! Si c'est la qualité, insistez sur la qualité. Si c'est le prix, mettez l'accent sur le prix ! »

31. Narrateur: Et nos héros, sur quoi vont-ils mettre l'accent ? la qualité, l'originalité, le prix ? Ou tout à la fois ? Nous voilà chez Alain, en pleine réflexion avec Kossi.

Scène 2 : Chez Alain**Alain, Kossi, Viviane**

32. ATMO : Ambiance intérieure. Bruits lointains de circulation

33. SFX : Musique en fond

34. SFX : bruissements de papiers

35. KOSSI : Bon, j'ai lu ses idées. C'est tout ce que Viviane a laissé ?

36. ALAIN : Oui. Elle s'excuse... Si nous avons besoin de complément d'infos, elle dit de lui passer un coup de fil, et qu'elle va nous expliquer...

37. **KOSSI :** **(agacé)** Et elle est allée où ? Parce que ça commence à bien faire !
38. **ALAIN :** Mais qu'est-ce que tu as ? Calme-toi ! Elle a une course urgente à faire pour ses parents. Ils ont des invités ce soir chez eux. Elle nous rejoint quand elle a fini.
39. **KOSSI :** **(Soupire)** Bon. Commençons. Il s'agit de déterminer avec quelle image on peut vendre aux mieux nos prestations auprès de la clientèle...
40. **ALAIN :** Les prestations c'est d'abord l'architecture intérieure. Nous sommes une agence de conseil en design. Notre activité de base sera avant tout la décoration.
41. **KOSSI :** Avec, bien sûr, la perspective de prendre en charge l'organisation de fêtes privées.
42. **ALAIN :** Ok, Viviane a proposé qu'on se concentre sur le côté « jeune ». Je n'ai rien contre...
43. **KOSSI :** (le coupe avec ironie) Mais...
44. **ALAIN :** ...il nous faudra bien faire nos preuves !
45. **KOSSI :** Tu en doutes ?
46. **ALAIN :** Non mais il faudra se renseigner suffisamment sur ce qui marche, peut-être voir ce qui se fait dans les métropoles, dans d'autres pays, pour l'adapter ici.

47. **KOSSI :** (Enthousiaste) Bonne idée ! Et pour cela, il suffit d'aller sur le net, et le tour est joué ! Viens mon pote on va au cyber !

48. **SFX :** Bruits de pas

49. **SFX** Musique qu'on éteint

50. **SFX** Porte qui s'ouvre et se referme

51. **ATMO :** Ambiance extérieure, circulation Klaxon

52. **KOSSI :** Je me demande s'il ne faut pas plutôt tabler sur le *classique* Ce qui...

53. **ALAIN :** (l'interrompt) Attends ! j'envoie un texto à Viviane

54. **SFX :** tapes rapides sur les touche d'un portables.

55. **ALAIN :** (Murmure en écrivant) Nous ... sommes.. au Cyber du coin. (A Kossi) Voilà ! Tu disais ?

56. **KOSSI :** Qu'il faut peut-être commencer par des choses connus. Puis progressivement, avec l'expérience, nous pourrons changer... Tu en as discuté avec Viviane ? Qu'est-ce qu'elle en pense ?

57. **ALAIN :** Bon, on ne s'est pas entendu là-dessus. Pour elle, il faut jouer sur ce qu'aiment les jeunes aujourd'hui, leurs goûts, leurs préférences ; passer par eux pour appâter les adultes. J'ai eu beau lui dire qu'il s'agit de maison, ou de grande réceptions...que ce n'était pas une affaire d'adolescents, elle n'a rien voulu

entendre... Elle a découvert cette théorie sur le net et elle y tient comme pas possible.

58. **KOSSI :** (**Enthousiaste**) Par les enfants...
59. **ALAIN :** On atteint facilement les parents.
60. **KOSSI :** Mais c'est chouette ! C'est génial, ça !
61. **ALAIN :** Oh, oh, t'emballes pas, mon pote.
62. **KOSSI :** Oui mais pour un début, son principe est bon. Et nous pourrons simplement passer par nos anciens camarades de lycée pour gagner leurs parents, puis le grand public, et ça nous fera de la pub gratis...
63. **ALAIN :** Ah ouais... Finalement, Viviane et toi, vous avez peut-être raison.
64. **KOSSI :** Ça me fait penser à un super nom pour notre boîte (**prononce en anglais**) Y.D. Young Design (**il est tellement content qu'il se met à crier**) Young Design, Young Design, Wouah !!

65. **SFX : bruits de pas - femme**

66. **VIVIANE :** (A la fois curieuse et excitée) Salut les garçons ! alors c'est conclu ?

67. **SFX : Porte du cyber qui s'ouvre**

68. **ATMO : Bruits d'ordinateurs et d'imprimantes qui viennent de l'intérieur**

69. **KOSSI :** **(de l'intérieur)** Mais venez ! Qu'est-ce que vous attendez ? On va voir si le nom est encore libre pour créer un site Internet ! Young Design... Ouah !!!
70. **ALAIN :** **(un peu hébété)** Young Design... Young Design...
71. **VIVIANE :** Oui, Young Design... C'est Super !
72. **Narrateur :** **Ca y est ! La société prend forme : avec un nom il est déjà plus facile de démarcher. C'est le premier pas vers la renommée. Le prochain c'est notre expert Danile Huba qui nous en parle :**

73. **Daniel Huba 53''**

« Une façon de faire votre marketing est de rencontrer vos clients face à face. Si votre marché-cible n'est pas très large, alors vous pouvez démarcher vos clients chez eux, de façon individuelle. Vous leur apportez un échantillon de votre produit, vous leur en parlez et vous les persuadez d'acheter.

Le second type de marketing est l'utilisation des médias. La radio ou les journaux par exemple. Et selon la somme dont vous disposez et l'argent que vous avez investi dans votre commerce, si vous pouvez vous permettre de faire de la publicité, c'est une bonne idée. Il y a des radios dans beaucoup de villages, vous pouvez faire de la publicité dans plusieurs stations.

Troisième option : si votre produit peut être vendu dans des petits magasins, vous pouvez négocier avec les points de vente existants et leur demander : « Est-ce que je peux apporter mon produit ici et le mettre dans vos rayons ? » »

74. **Narrateur :** Concernant Young Design le problème se pose un peu différemment étant donné qu'il ne vend pas de produit de manufacture mais un service... Voyons comment nos amis abordent la question. Nous les retrouvons dans la cour chez les parents de Viviane, en compagnie de sa sœur Eliane.

Scène 3 : Chez Madame Vignon

Alain, Kossi, Viviane, Eliane

75. ATMO : Ambiance extérieure calme, Bruits de feuillages, cris de poules
--

76. **KOSSI :** Commençons par la démarche de proximité. Parler à des gens qu'il nous est facile d'aborder nos parents, nos amis, nos anciens camarades de classe...

77. **ELIANE :** Kossi, sur ce plan, Jean et moi, on peut vous être utiles je crois. Vous savez que nous animons un club de mannequins, vous pouvez venir et leur parler au jeunes de votre boîte...

78. **VIVIANE :** Bonn idée Eliane. Si nous arrivons à les convaincre, nous aurons les meilleurs ambassadeurs auprès de leurs parents. Et là, les critiques d'Alain ne seront plus valables puisqu'on aura atteint la cible prioritaire : les adultes, les propriétaires...

79. **ALAIN :** C'est pas mal. On pourra parler directement avec eux. Mais il faudra aussi des flyers, des prospectus, voire à leur donner à distribuer...
80. **ELIANE :** Et n'oubliez pas non plus tous les endroits où on trouve des jeunes : les milieux sportifs, les milieux d'ambiance et de fête...
81. **KOSSI :** ... comme les boîtes de nuits, les fêtes foraines, les soirées scolaires,
82. **VIVIANE :** Attendez ! Et si, on lançait la mode *Young Design*, en créant partout, dans nos écoles, chez les jeunes, des clubs *Y.D.*
83. **ALAIN :** Eh attention, on va dans tous les sens, là ! Gardons le cap et pensons aux coûts. .. Ouvrir des clubs partout, c'est bien, mais il faut les entretenir, les former à notre concept, leur donner des instruments de travail... Or nous n'en avons pas les moyens alors, revenons sur terre et retenons que notre première cible, c'est la jeunesse qui va nous conduire aux adultes... Bon on a parlé de proximité maintenant le niveau au-dessus.
84. **ELIANE :** Jean me parlait dernièrement d'une campagne sur trois fronts : les médias, le grand affichage et l'événementiel. C'est-à-dire diffusion de spots télé et radio ; et évidemment l'achat de plusieurs encarts publicitaires dans les journaux...

85. **ALAIN :** Le Grand Affichage, ce sont ces posters géants placardés sur les grands panneaux au bord des avenues et des grandes artères en ville ?
86. **ELIANE :** Exactement ! et pour l'événementiel, il s'agit d'organiser un concert par exemple, qui véhiculent l'image **YD**. Le public n'en est pas conscient mais ça l'influence. On peut, de sponsoriser de plus petits événements un peu partout dans le pays pour être présent. C'est ce qu'on appelle s'implanter. C'est-à-dire que personne n'y échappe : jeunes, moins jeunes, riches ou pauvres, propriétaires ou locataires, opérateurs privés ou publics. Ça ratisse large...
87. **KOSSI :** Et comme ça ratisse large, ça coûte aussi cher... (**Un silence**)
88. **ALAIN :** Ecoutez ! La question des coûts revient toujours! Il faut revoir nos ambitions... Je pense que pour le moment, il vaut mieux rester modeste. (**silence**) Je propose de conserver l'option **Proximité**, mais de privilégier surtout le bouche-à-oreilles.
89. **KOSSI :** C'est plus sage, sinon, avant d'être sur le marché nous allons déjà faire faillite...
90. **VIVIANE :** Oui, mais on peut quand même cumuler ce bouche-à-oreilles avec l'édition et la distribution des prospectus. Ça me semble réalisable.

91. **ELIANE :** Je suis du même avis. Et quand nous auront plus de moyens, nous passerons au Grand Format et, après, nous combinerons les deux.
92. **ALAIN :** Tu veux dire les structures du grand format mais avec un langage de proximité ? C'est ça ?
93. **ELIANE :** Oui c'est un peu ça.
94. **ALAIN :** Moi je pense qu'on devrait aussi faire imprimer des cartes de visite.
95. **VIVIANE :** **(Enjouée)** Ah oui, des cartes de visite pour chacun ! Je m'occupe de créer le logo *YOUNG DESIGN*. C'est bien. Et ça ne coûte pas trop cher.
96. **KOSSI :** **(Pris d'une inspiration soudaine)** Et n'oublions pas le net ! Il n'y a pas plus fédérateur ! Il faut réserver le nom et concevoir un site...Et ça Jean peut le faire, c'est son vrai job après tout !
97. **ALAIN :** **(Content)** Eh bien, je crois qu'on avance. Bon boulot, les amis, bon boulot.
98. **ENSEMBLE :** **(Tos le monde parle et s'exclame en même temps)**
Ouais, bien travaillé, ...
99. **Narrateur :** Il y a effectivement de quoi être satisfait. La stratégie marketing est quasiment en place et nos amis sont tellement motivé que la réalisation ne devrait pas poser de problème. A présent la parole à notre expert pour un petit résumé :

100. Daniel Huba

« Le marketing varie selon le type de commerce, le type de produit et le type de service que vous proposez sur le marché. Mais dans de nombreux cas, la stratégie la plus efficace est d'être là, en personne et de parler à vos clients ! »

OUTRO :

C'est avec ce conseil de Daniel Huba, maître-assistant à l'université Inoorero de Nairobi au Kenya, que s'achève ce cinquième volet de notre série Learning by Ear consacrée à la création d'entreprise. Quelle est la prochaine étape que devront franchir nos héros pour mener à bien leur entreprise ? Pour le savoir rendez-vous au prochain numéro. Et si vous souhaitez réécouter cet épisode ou bien écouter les autres feuilletons de Learning by Ear, une seule adresse : www.dw-world.de/lbe Pour nous écrire, envoyez-nous un courriel à l'adresse suivante : french@dw-world.de

Au revoir et à la prochaine fois !

FIN