le journal du dirigeant

JUI
AOU
25

Comment structurer et valoriser son entreprise pour passer un cap ?

N°11

co-écrit avec Pulse Production

by évolvia

Le Journal du Dirigeant est édité tous les 2 mois

SOMMAIRE

Thématique de l'édition : Comment structurer et valoriser son entreprise pour passer un cap ? 4-7

L'interview 8-11

Clarifier ma vision et la stratégie de mon entreprise 12

Vendre grâce au marketing 13

5 minutes chrono ! 14

Quick Tips 15

Les actualités du cabinet 16

L'actualité des entreprises du territoire 17

Présentation du cabinet 18

Évolvia - cabinet de conseil stratégique
evolvia.fr
serviceclient@evolvia.fr
06 59 41 78 65

« Je préfère un futur
imprévisible
à un futur imposteur.»

Maurice Schumann

Comment structurer et valoriser son entreprise pour passer un cap ?

Pour assurer la croissance et la solidité d'une entreprise, il est essentiel de la valoriser en se concentrant sur les principaux piliers de sa performance. Cela implique de clarifier sa vision, ses objectifs et ses processus, tout en veillant à sa bonne structure.

Structurer une entreprise, c'est avant tout bâtir une organisation solide, alignée et autonome, permettant au dirigeant de se concentrer sur ses missions essentielles : développer, décider et inspirer.

Une entreprise bien structurée se caractérise par
- des décisions rapides et claires,
- une communication interne fluide,
- une gestion du temps efficace,
- des rôles bien définis,
- une croissance facilitée,
- une meilleure satisfaction client
- et des équipes engagées.

À l'inverse, une entreprise mal structurée engendre
- lenteur décisionnelle,
- communication brouillonne,
- perte de temps, rôles flous,
- croissance ralentie,
- expérience client incohérente
- et équipes désengagées.

Cela se traduit souvent par des charges élevées et une faible productivité, impactant la rentabilité.

Pour le dirigeant, les bénéfices d'une bonne structuration sont significatifs :

> Concentration sur la mission principale : Le dirigeant n'est plus un «pompier du quotidien» mais se consacre au développement stratégique, sans être constamment interrompu pour des décisions mineures.

> Délégation en confiance : Grâce à des rôles clairs, des procédures écrites et des outils de suivi, le dirigeant peut déléguer efficacement et suivre l'avancement des tâches sans surveillance constante.

> Vision claire de l'activité : L'accès à des indicateurs clés (chiffre d'affaires, marges, rentabilité) permet un pilotage éclairé, loin de l'instinct.

> Équilibre vie professionnelle/personnelle : Moins de stress, plus de temps personnel et une meilleure qualité de sommeil sont des retombées directes d'une entreprise bien organisée.

En résumé, structurer son entreprise permet de gagner du temps et de l'énergie, de faciliter la délégation et la croissance, d'attirer et de retenir les talents, d'être plus agile face aux imprévus, de mieux piloter l'activité et de limiter les risques. Ces enjeux sont à la fois humains, économiques, sociaux et liés à la performance.

Quand et comment structurer son entreprise ?

Le moment de structurer son entreprise intervient souvent pour franchir un cap. C'est nécessaire pour dépasser une période difficile, développer l'entreprise, faire croître le chiffre d'affaires, retrouver du sens et du plaisir au travail, et enfin, atteindre la sérénité.

Un pilier pour la croissance et la sérénité

Le processus de structuration se déroule en plusieurs étapes clés :

> Clarifier la vision et les objectifs : Définir la raison d'être de l'entreprise, ses ambitions à 1, 3, 5 ans, sa mission et ses valeurs pour donner une direction claire.

> Définir une stratégie alignée : Déterminer les produits/services à développer, les clients à cibler, les moyens à mobiliser et les priorités pour les mois à venir.

> Structurer l'organisation : Définir les postes clés, formaliser les missions de chacun pour éviter les zones de flou ou les doublons, et mettre en place des processus simples pour les tâches récurrentes.

> Mettre en place un pilotage régulier : Définir des indicateurs clés (CA, marge, rentabilité, satisfaction client), organiser des réunions de pilotage régulières (hebdomadaires, mensuelles) et suivre les actions pour ajuster si nécessaire.

> Embarquer les collaborateurs : Partager la vision et les objectifs avec toute l'équipe, donner du sens au travail de chacun et impliquer les collaborateurs dans une démarche d'amélioration continue.

> Se recentrer sur le rôle de dirigeant : Prendre du recul, travailler sur l'entreprise plutôt que seulement dans l'entreprise, et se rendre disponible pour les décisions stratégiques, le développement et les relations clés.

En conclusion, une entreprise bien structurée est
- alignée sur une vision claire,
- efficace grâce à des processus simples,
- engagée car le collectif se sent acteur,
- sereine pour le dirigeant qui pilote.

Un sujet en particulier vous intéresse ?
Dites le nous

Valoriser son entreprise : un levier de performance

C'est cette structuration qui permet à l'entreprise de gagner en liberté : plus de temps pour l'essentiel, plus d'impact, et surtout... plus de sérénité pour le dirigeant.

Une communication performante n'est pas une vitrine, mais le reflet d'une entreprise bien structurée. Avant de chercher à séduire l'extérieur, il est essentiel de solidifier l'intérieur : clarifier sa mission, ses valeurs et ses processus. Cette organisation interne garantit que la promesse faite au client est tenue. La communication devient alors un puissant levier de crédibilité, car elle s'appuie sur une réalité maîtrisée, transformant ainsi chaque client en ambassadeur et assurant une croissance durable.

La communication est un outil stratégique, pas un accessoire.
Elle sert à structurer l'image de l'entreprise, à valoriser ce qu'elle est réellement, et à donner de la force à son positionnement. C'est un outil structurant qui accompagne votre croissance, dès maintenant, et qui vous pousse à mieux définir votre entreprise.

Pour en savoir plus, vous pouvez visionner le replay de notre webinaire sur
« Comment structurer et valoriser mon entreprise pour passer un cap ? »

Beaucoup d'entreprises communiquent mais avec des offres floues, une organisation bancale ou une expérience client incohérente. Structurer son entreprise, c'est bâtir une fondation solide. C'est ce qui permet ensuite de valoriser intelligemment, de créer une vraie cohérence... et d'accélérer.

*Pour visionner le webinaire, appuyez sur le lien orange ou l'image

Jessica BUSETTA
Co-fondatrice & CEO
Locavorium

LOCAVORIUM est un concept de distribution d'un nouveau genre et la réponse à une urgence sociétale : celle de consommer mieux, en toute confiance, de manière responsable et humaine.

Interview

Peux-tu te présenter et nous parler de Locavorium ?

Jessica Busetta, co-fondatrice et co-gérante de Locavorium, ingénieure agronome de formation.
Locavorium, c'est un réseau de magasins locavores, qui est né de notre volonté de proposer une solution pour une alimentation plus durable.
Notre spécificité c'est de proposer des produits alimentaires 100% locaux (à moins de 150km) et en direct des producteurs, que nous sélectionnons pour leur qualité de production. Aujourd'hui, nous avons deux magasins d'environ 300m2 autour de Montpellier et nous envisageons d'ouvrir d'autres magasins dans le sud de la France sous forme de franchise.

Quel travail avez-vous entrepris avec tes associés pour structurer et développer votre entreprise ?

Nous avons fait le choix de nous former et de nous faire accompagner à des moments stratégiques de la vie de notre entreprise.
Nous avons notamment travaillé notre posture managériale et notre rôle de dirigeant, ce qui nous a permis de mieux structurer nos magasins et d'apprendre à déléguer une grande partie de notre travail de terrain, afin de pouvoir nous concentrer sur la gestion et les orientations stratégiques.

Une fois ce cap franchi, nous avons pu nous concentrer sur le cœur du réacteur pour le développement en franchise : l'ensemble des facteurs spécifiques et structurants du Locavorium (positionnement, process, chaîne de valeur, etc).

Vous avez récemment mis à jour votre charte graphique ; peux-tu nous expliquer les raisons de ce changement et nous présenter le processus que vous avez suivi ?

Ce changement a été impulsé par deux besoins complémentaires.
Premièrement : gagner en visibilité et faire comprendre ce qu'est Locavorium à quelqu'un qui passe devant un magasin. Deuxièmement : moderniser et réaligner notre image de marque avant le développement en franchise.

Pour arriver à ce changement, nous avons fait appel à une agence spécialisée qui nous a audité et guidé pour que notre nouvelle identité visuelle reflète bien l'âme du Locavorium d'aujourd'hui et de demain.

Pour les dirigeants qui nous lisent, peux tu nous partager un moment fort que vous avez vécu en travaillant sur la structuration et/ou sur la communication ?

Le travail sur la charte graphique a véritablement été LE temps fort de cette année.
Tout d'abord parce qu'il nous a obligé à prendre encore plus de recul sur ce qui fait la spécificité de Locavorium, et sur ce qu'il est primordial de communiquer à notre clientèle.
Et puis aussi car il a marqué la fin d'une identité visuelle que nous avions créé il y a 10 ans et à laquelle nous étions attachés.

Ce moment a réellement marqué le début de l'étape suivante pour nous.

Et vous, avez-vous déjà mis en place des actions de structuration ?

Interview

Julien VASSORT
Fondateur Pulse Production

Aujourd'hui la vidéo représente 84% du trafic internet mondial. C'est le support le plus demandé, le plus regardé et le plus partagé sur le web notamment sur les réseaux sociaux.

Les entreprises sont fortement impactées par ce phénomène. Il est important que votre vidéo remplisse les conditions essentielles pour obtenir une communication au top.

Peux-tu te présenter et nous parler de ton activité ?

Je suis Julien Vassort, fondateur de Pulse Production, une agence qui allie stratégie marketing / communication et production audiovisuelle.
J'accompagne les entreprises dans la définition de leur positionnement, la structuration de leur offre et de leur image et la mise en place d'une communication cohérente. Une fois les fondations posées, je conçois les supports adaptés : vidéos, photos, motion design, branding... L'objectif est simple : transformer une vision d'entreprise en messages clairs et attractifs, pour toucher les bonnes cibles et générer de vrais résultats.

Comment accompagnes-tu les entreprises dans leur stratégie marketing et de communication ?

Je commence par une phase d'analyse : marché, concurrence, cibles, proposition de valeur et audit réseau. Cette étude me permet de bâtir une stratégie marketing alignée sur les objectifs de l'entreprise. Ensuite, je transforme cette stratégie en contenus concrets : identité visuelle, ligne éditoriale, storytelling, campagnes de diffusion... Chaque outil, vidéo comprise, est pensé comme une réponse à un besoin marketing précis. Mon accompagnement est global, de la réflexion stratégique à la production et diffusion des supports.

Dans quelle mesure la structuration d'une entreprise est-elle un prérequis essentiel avant d'entreprendre une stratégie de communication ?

Structurer son entreprise, c'est avant tout poser les bases de décisions efficaces : savoir quelles offres développer, quelles cibles viser, comment prioriser ses actions. Sans cette clarté, la communication n'est rien de plus qu'un coup de dés.

À l'inverse, une entreprise bien organisée gagne en cohérence, en lisibilité et en agilité. Cela lui permet de déployer des actions plus précises, de mesurer son impact plus facilement et de faire évoluer sa communication au rythme de son développement. La structuration, c'est ce qui transforme l'intuition en stratégie. Chez Pulse Production, je refuse de produire une vidéo si l'entreprise ne sait pas répondre à cette phrase : J'aide «qui» à faire «quoi» pour «solution».

Pour les dirigeants qui nous lisent, peux-tu nous partager un exemple concret d'une entreprise que tu as accompagnée dans sa communication, en détaillant les étapes clés et les résultats obtenus ?

J'ai récemment accompagné une entreprise dans le secteur du bâtiment, un constructeur et rénovateur de maisons en Occitanie. L'objectif était double, d'un côté : valoriser l'expertise technique de l'entreprise tout en renforçant sa notoriété locale. De l'autre côté, il fallait créer une stratégie pour une nouvelle filiale de l'entreprise : la rénovation.
Après un audit de leur communication et de la concurrence, nous avons défini une ligne éditoriale claire et avons produit plusieurs vidéos métiers, des témoignages clients, et du contenu pour les réseaux sociaux. Chaque vidéo répondait à un enjeu précis (confiance, pédagogie, transparence, support commercial,...). Résultat : une augmentation de 40 % du trafic sur leur site, une image de marque ancrée et reconnaissable, une meilleure conversion lors des premiers rendez-vous, et un gain en crédibilité notable lors des salons et événements professionnels.
Aujourd'hui, la majorité des entreprises que j'accompagne privilégient une formule d'abonnement, car une stratégie de communication pensée sur l'année permet d'avoir un réel impact, en construisant une image cohérente et durable. Néanmoins, je reste toutefois disponible pour des projets ponctuels lorsque cela répond à un besoin précis.

Et vous, avez-vous déjà mis en place une stratégie de communication claire ?

Clarifier ma vision et la stratégie de mon entreprise

Une stratégie d'entreprise claire et personnalisée qui vous apporte des résultats mesurables et durables.

Votre entreprise se confronte à un environnement compétitif et instable ?
Vous avez du mal à construire une vision et une stratégie d'entreprise claire ?

Il n'y a pas de stratégie efficace sans vision claire et inspirante.
Cependant, vous faites peut-être parti de ces dirigeants experts, opérationnels et performants, dont la difficulté est de prendre de la hauteur pour relativiser votre investissement personnel au travail. Le risque est que l'activité de votre entreprise soit en fonction de votre investissement personnel.
Dans ce cas, il peut être intéressant de formaliser votre vision et bâtir une stratégie qui viendra décupler votre croissance en vous rendant moins indispensable.

Pourquoi la clarification est-elle importante pour votre TPE/PME ?

Évolvia vous accompagne dans la croissance de votre activité en se basant sur une compréhension approfondie de la vision du dirigeant. Notre équipe de consultants vous aide à clarifier et développer cette vision, qui sert de moteur à la stratégie d'entreprise.

Nous vous guidons ensuite dans l'élaboration d'une stratégie d'affaires claire et réalisable, en utilisant des méthodes d'analyse pour évaluer votre positionnement et identifier les opportunités. Évolvia propose un accompagnement personnalisé, travaillant en étroite collaboration avec vous pour comprendre vos besoins et vous fournir des recommandations sur mesure.

Pour les dirigeants de TPE-PME, il est important de reconnaître la trajectoire naturelle de leur entreprise et d'identifier les perspectives qui s'offrent à eux.

> En savoir plus

Vendre grâce au marketing

Dans le monde compétitif des TPE et PME, le marketing joue un rôle dans le succès des ventes.

Comment se démarquer de vos concurrents ?
Votre offre n'est pas assez lisible et visible sur votre marché ?
Quels canaux de communication utiliser pour attirer de nouveaux clients ?
Comment définir la cible idéale et lui adresser un message pertinent ?

Le marketing n'est plus réservé qu'aux grandes entreprises. Il est devenu un levier essentiel pour toutes les entreprises, quelle que soit leur taille. Pourtant, de nombreuses TPE/PME ne disposent pas des ressources nécessaires pour mettre en place une stratégie marketing efficace. Les TPE/PME doivent faire preuve de créativité et d'efficacité pour maximiser leur impact.
Que vous cherchiez à développer votre clientèle, à lancer de nouveaux produits ou à optimiser votre stratégie de vente, le marketing joue un rôle essentiel dans la réalisation de vos objectifs commerciaux.

Une offre claire et percutante est le premier pas vers une meilleure visibilité.

Une stratégie marketing bien conçue et bien exécutée, peut non seulement attirer de nouveaux clients, mais aussi fidéliser ceux existants et booster les revenus de manière significative. Le marketing pour vendre est bien plus qu'une simple promotion de produits ou de services. Il s'agit d'une approche stratégique visant à attirer, convaincre et fidéliser vos clients potentiels tout au long de leur parcours d'achat.

Souvent, les TPE/PME construisent leur offre de manière intuitive, en se basant sur les expériences et les intuitions du dirigeant. Cette approche, bien que naturelle, peut ne pas être suffisamment explicite pour vos clients.

De plus, une offre floue ou trop complexe peut dérouter les prospects et les empêcher de comprendre en quoi votre solution répond à leurs besoins spécifiques. Sur un marché saturé, il est essentiel de se différencier de la concurrence.

> En savoir plus

5 minutes chrono !

Prenez 5 minutes pour faire une mini introspection personnelle et **savoir où vous en êtes aujourd'hui :**

> Est-ce que ma communication parle aux bonnes personnes ?

> Est-ce que je suis clair, lisible et différenciant ?

> Est-ce que mes supports sont clairs, compréhensibles, alignés ?

> Est-ce que je mesure les résultats de mes actions ?

Ce petit exercice vise à vous faire prendre du recul sur un aspect clé de la croissance de votre entreprise : la communication. Répondre honnêtement à ces quatre questions, c'est le premier pas pour identifier les points forts et les axes d'amélioration de votre stratégie actuelle.

Si vous avez répondu OUI à toutes les questions :
Félicitations ! Vous avez une vision claire de votre communication. Vous savez à qui vous vous adressez, votre message est percutant et vous mesurez l'impact de vos actions. C'est une base solide pour continuer à valoriser et à structurer votre entreprise.

Si vous avez répondu NON à une ou plusieurs questions :
Pas d'inquiétude, c'est le cas de nombreux dirigeants. L'important est d'avoir pris conscience des défis à relever. Chaque «non» est une opportunité d'améliorer votre stratégie de communication pour qu'elle devienne un véritable levier de croissance.

Votre communication est le reflet de votre entreprise. En la rendant plus stratégique et plus efficace, vous mettez toutes les chances de votre côté pour franchir un nouveau cap et maximiser sa valeur.

Les 7 principes de la communication

Votre message doit ainsi être :

> Clair : un message doit être facile à comprendre. Évitez les mots compliqués et les phrases trop longues. Chaque phrase devrait avoir une seule idée principale. Si votre message est simple, il n'y aura aucune confusion.

> Concis : un message concis va droit au but. Il ne contient pas de mots inutiles, de répétitions ou d'informations superflues. Être concis permet de gagner du temps et de capter l'attention de l'audience plus facilement.

> Concret : un message doit être précis et se baser sur des faits et des chiffres. Plutôt que de parler de manière vague, utilisez des données et des exemples concrets pour rendre votre message plus crédible.

> Correct : un message correct est exempt de fautes d'orthographe, de grammaire et de ponctuation. Un message sans erreur renforce votre crédibilité et montre votre professionnalisme.

> Cohérent : un message doit être logique. Toutes les idées doivent s'enchaîner de manière fluide. Une bonne cohérence aide votre auditoire à suivre votre raisonnement et à être convaincu par votre message.

> Complet : un message complet donne toutes les informations nécessaires pour que le destinataire puisse agir ou comprendre le sujet sans avoir à demander plus de détails. Répondez aux questions comme : Qui ? Quoi ? Où ? Quand ? et Pourquoi ?

> Courtois : soyez respectueux et poli. Adoptez un ton positif, faites preuve d'empathie et d'authenticité. La courtoisie aide à construire une relation de confiance et rend la communication plus agréable.

Les actualités du cabinet

Evolvia est fier de faire partie du Top 50 des labellisés Positive Company® 2025 !

Cette obtention est le résultat d'un travail collaboratif avec l'ensemble de nos parties prenantes.

Ouverture d'un accompagnement collectif pour les entreprises qui souhaitent engager une transformation numérique

Engager une transformation numérique n'est pas seulement une question d'outils, mais une démarche stratégique profonde visant à dynamiser l'ensemble de votre entreprise.

> En savoir plus

La COM COM du Grand Pic Saint-Loup vous invite au petit déjeuner économique « Les Échos de l'éco » sur la QVCT animé par le cabiner Évolvia

La QVCT est un outil qui aide les entreprises à évoluer en agissant sur les conditions de travail de manière différente, en utilisant plusieurs leviers pour y parvenir.

Webinaire du 02/10 – Contrats et temps de travail : votre réel besoin

Le choix du type de contrat et la valorisation du temps de travail sont des éléments qui vont bien au-delà de la simple gestion administrative des horaires et des salaires.

> Inscription

L’actualité des entreprises du territoire

La REF Montpellier by Medef

C’est autour de la thématique générale, « DEVANT NOUS ! » que vont s’articuler des grands débats, des regards croisés, des keynotes et des ateliers.

> En savoir plus

La rentrée des réseaux by CCI

Entrepreneurs, dirigeants, porteurs de projets : venez booster votre réseau, échanger des idées, et découvrir les dynamiques locales.

> En savoir plus

Café IA by All In IT

Rendez-vous le 12 septembre à 8h30 pour un café IA avec des intervenants de la tech, des dirigeants de PME et des experts en intelligence artificielle : Comment un diagnostic laser IA a modifié leur business ?
> Inscription

New Perspective : des rencontres pour innover, des actions pour avancer

Rendez-vous le 9 septembre pour le tout premier after work New Perspective ! Venez échanger et vous inspirer lors d'une soirée autour de :
La valeur ajoutée du dirigeant
> Inscription

Présentation du cabinet

Fort de plus de 20 ans d'expérience, le cabinet de conseil Evolvia s'est imposé comme un partenaire stratégique incontournable pour les dirigeants de TPE-PME en Occitanie. Il accompagne les entrepreneurs dans le développement de leur entreprise, avec des solutions pertinentes et cohérentes.

Nos formules

Audit & Diagnostic spécifiques
Une vision réaliste de son entreprise grâce au diagnostic stratégique, pour prendre les bonnes décisions pour soi et pour son entreprise.
> En savoir plus

Conseil en stratégie d'entreprise
Donnez une nouvelle dimension à votre entreprise en alignant vision, valeurs et stratégie, grâce au conseil stratégique.
> En savoir plus

PILOT'RH
LE SERVICE qui facilite la direction de vos Ressources Humaines au quotidien
> En savoir plus

PILOT'RSE
LE SERVICE qui facilite le pilotage de votre démarche RSE au quotidien
> En savoir plus

Formation en management
Donnez une nouvelle dimension à votre entreprise en formant des managers inspirants et efficaces.
> En savoir plus

Accompagnements collectifs
Libérez le potentiel de votre entreprise grâce au coaching d'équipe.
> En savoir plus

Entretiens externalisés
Optimisez votre gestion RH grâce à la préparation des entretiens professionnels et annuels.
> En savoir plus

Coaching du dirigeant
Soyez au clair avec vous-même, redéfinissez votre vision et franchissez un nouveau cap grâce au coaching de dirigeants d'évolvia.
> En savoir plus

Contactez-nous