

République du Sénégal  
PROJET USAID ACCES

# GUIDE DU BUSINESS COACH

PRESENTE PAR PSI/ADEMAS

Draft 1

Mars 2017



faith.  
action.  
results.



MWH.



## AVANT-PROPOS

Le coaching, émergence d'une nouvelle profession est DE GUIDER les personnes ou les systèmes vers un avenir plein de promesses réalisées, le coaching est une nouvelle profession qui répond à l'évolution de notre société en perpétuel changement. Car la vie n'est pas « un long fleuve tranquille », mais plutôt une rivière agitée dans laquelle le coach peut offrir à ses clients la possibilité de découvrir comment canoter avec adresse dans les remous. Unique, le modèle de coaching que nous proposons s'applique principalement au projet USAID Accès et vise à aider les coachs à renforcer les entrepreneurs sur comment envisager et construire le développement de leur entreprise sur des marchés porteurs et comment elles peuvent se positionner durablement. Ce guide donne des indications et servent de guide, au coach comme au coaché, sur le chemin du changement.



## OBJECTIF DU MODULE D'ORIENTATION

Ce guide et la boîte à outils qui l'accompagne ont pour objectifs de :

- Définir le marketing de l'assainissement et les principales composantes d'une initiative de marketing dans ce domaine ;
- Fournir un cadre général pour le développement de l'assainissement rural sur une grande échelle et justifier l'utilisation de techniques de marketing ;
- Expliquer les différentes étapes nécessaires pour concevoir, mettre en œuvre et suivre un programme de marketing de l'assainissement sur une grande échelle ;

## LES DESTINATAIRES DE CE GUIDE

Ce guide est destiné aux personnes qui seront recrutées dans le cadre du projet USAID Accès pour appuyer, accompagner et conseiller les entrepreneurs ou les entreprises au quotidien durant le projet USAID Accès.

Ces ressources humaines appelées Business Coaches se serviront de ce guide pour identifier et comprendre leur mission, leur rôle et responsabilité et les attentes de leur public cible qui sont les entrepreneurs dans la dynamique de développement d'un marché de l'assainissement, désireux de se faire connaître et de booster leur vente de latrines.

## CONTENU DU MODULE

Ce guide comprend des modules qui traitent de :

- Généralités sur le coaching
- Du profil du Business coach
- Des relations entre le business coach et l'entrepreneur
- Et les étapes du coaching

## RESULTATS ATTENDUS :

- 100% des coachs maîtrisent les techniques et les approches de coaching
- 100% des coachs sont outillés pour mener à bien les missions, tâches, rôles et responsabilités qui incombent aux personnes recrutées à ce poste
- Les participants ont acquis des compétences pour définir le marketing mix et développer une stratégie marketing ;
- Les participants ont acquis des compétences qui peuvent susciter en eux des changements de comportements durables dans la gestion de leur entreprise notamment par rapport à la proposition d'options stratégiques;



## CONTEXTE DU PROJET

ACCES est le nouveau projet Eau Assainissement de l'USAID qui va durer 5 ans à compter de 2016. Il est mis en œuvre par Natural Ressources Consulting Engineers (NRCE) et ses partenaires dont Catholic Relief Service (CRS), PSI/ADEMÁS, Caritas et IMPAQ.

L'objectif global de ce projet est d'accroître sensiblement et de façon durable l'accès amélioré à l'eau, à l'assainissement ainsi que l'adoption de bonnes pratiques d'hygiène dans six régions du Sénégal que sont Ziguinchor, Tamba, Matam, Kédougou, Sedhiou et Kolda afin d'améliorer la santé et le statut nutritionnel particulièrement chez les femmes et les enfants.

La signature des conventions de collaboration avec les directions nationales et les services déconcentrés du ministère de l'Hydraulique et de l'Assainissement, l'Ofor, la Cellule de lutte contre la malnutrition et le ministère de la Santé est prévu. Le projet s'inscrit dans la logique d'accompagnement des réformes de l'hydraulique et de l'assainissement rural.

PSI/ADEMÁS est en charge de la composante suivante : Renforcement de l'offre de produits et services d'assainissement fondée sur les principes du marché.

Les objectifs sont, entre autres, de toucher 50.000 ménages, de réduire de 50% le taux de défécation à l'air libre, d'appuyer 50 associations ou entreprises. Il est aussi attendu que plus de 200.000 personnes de plus aient accès à une installation sanitaire améliorée et autres.

Il est aussi prévu de faciliter l'accès aux services de financement, à la fois pour les entreprises et les populations à travers le crédit, pour le paiement de ces latrines. L'innovation réside dans le fait que les populations ne sont pas considérées comme des bénéficiaires mais des clientes.

Dans le cadre de la mise en œuvre de ses activités, ADEMÁS veut ainsi créer un « modèle d'affaires » qui servira de guide dans la professionnalisation du secteur privé, ainsi que l'accompagnement pour la synergie d'actions.



## LES ACTEURS DU PROJET USAID ACCES



## RESULTATS ATTENDUS DU PROJET

Résultat	Cibles du Projet ACCES
<b>Résultat 1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 50 000 ménages atteints avec l'ATPC et autres activités de changements de comportement</li> <li>• Diminution d'au moins 50% des taux de défécation à l'air libre dans les 50 communes ciblées</li> </ul>
<b>Résultat 2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 50 entreprises ou associations avec des compétences de gestion des entreprises d'assainissement offrant des produits et services de latrines dans 6 régions</li> <li>• Options de financement disponibles pour les produits et services d'assainissement</li> <li>• 200 000 personnes de plus ont accès à une installation sanitaire améliorée dont: 25% des personnes dans le quintile de pauvreté le plus bas.</li> </ul>
<b>Résultat 3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 8 systèmes d'eau potable / usage multiple réhabilités</li> <li>• 350 prestataires de services d'eau ont les compétences de gestion pour fournir des services de qualité;</li> <li>• 50 communes ont des plans d'action d'eau à usage multiple pour les besoins en eau de leurs populations</li> <li>• 30 000 personnes de plus ont accès à une source d'eau potable améliorée</li> </ul>
<b>Résultat 4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 50 communes ont les compétences techniques pour planifier et procurer des services EHA</li> <li>• 25 communes dans les régions ciblées ont eu accès à un financement pour les services EHA</li> </ul>

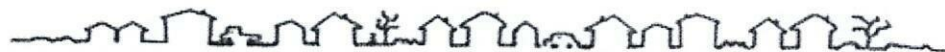




## SOMMAIRE



## Module 1 :



# GENERALITES SUR LE COACHING



## Coaching

La pratique du coaching n'est pas subordonnée à un domaine d'activité, cela concerne tous les domaines



## Module 1 : COACHING : GÉNÉRALITÉ

Dans le cadre du projet USAID /ACCES, les business coach interviennent dans les zones ciblées en vue d'améliorer les compétences des acteurs du secteur privé. Aussi nous souhaitons développer leur esprit d'entreprise pour qu'il soit apte à prendre en charge les besoins du marché en matière d'eau, d'hygiène et d'assainissement.

Un certain nombre de coachs ont mené une réflexion afin de proposer leur définition du coaching : « Le coaching c'est l'accompagnement d'une personne à partir de ses besoins professionnels pour le développement de son potentiel et de ses savoir-faire » (définition de la Société française de coaching - SF Coach).

« On appelle coaching l'accompagnement d'un responsable ou d'une équipe dans leur vie professionnelle. Le coaching, s'appliquant aussi bien à l'individu qu'à une équipe, est souvent appelé team-building dans le cas d'une équipe. L'attitude que suppose le coaching est l'attitude commune du manager ou du consultant qui considère la personne, ou l'équipe accompagnée, à la fois dans son fonctionnement actuel mais plus encore dans son potentiel en train de se réaliser. Cette approche comporte à la fois une philosophie, une attitude, des comportements, des compétences et des procédures » (définition de Vincent Lenhardt, in Les Responsables porteurs de sens, Insep Éditions, 1991).

« Le coaching est une vraie compétence, un art pourrait-on dire et il ne révèle pleinement son immense potentiel que s'il est pratiqué avec une profondeur et une finesse qui ne s'acquièrent qu'au prix d'une longue expérience » (définition de John Whitmore, in Coaching, Laurent du Mesnil Éditeur, 1998).

« Avoir un mentor est associé aux expériences de la vie qui sont des temps de commencement, de débat, d'initiation, d'apprentissage, tandis que devenir mentor présuppose de la maturité, une intégration des connaissances, des savoir-faire et des savoir-être, accompagné d'un sentiment de compétence. Devenir mentor s'inscrit dans le temps de la vie qui est des périodes d'apogée, de réalisations concrètes et de réalisations de soi, bref d'accomplissement » (définition de Renée Houde, in Le Mentor : transmettre un savoir-être, Hommes et Perspectives, 1997).

« Le coaching est un outil de performances destiné à optimiser les ressources d'une personne dans un cadre de changement évolutif. Il consiste à conduire une personne à clarifier ses objectifs et à établir avec elle une relation de proximité. Cette relation permet de l'accompagner jusqu'à ce qu'elle ait atteint un résultat qu'elle juge satisfaisant pour elle-même. Cependant, si nous devons résumer en quelques mots l'action d'un coach, nous dirions qu'il participe à mettre ou à remettre une personne en mouvement, qu'il lui redonne un élan, une dynamique,



pour être plus précis, nous pouvons ajouter, à l'instar d'une philosophie du XVII<sup>e</sup> siècle : « Notre rôle ne consiste pas à remplir des bouteilles, mais à allumer des feux » » (définition de Jean-Marc Ortega, in Voies d'Excellence, Guy Trédaniel, 1999). « Nous proposons de définir le coaching comme une intervention qui vise à développer chez une personne, ou dans une équipe, des éléments de potentiel liés au talent, au style ou aux synergies, au-delà des obstacles qui les contraignent. Le coaching n'est ni un apprentissage d'une technique ni un conseil sur le savoir-faire, mais un moyen de découvrir et d'expérimenter des aspects inutilisés de son propre potentiel.

En fait, il ne vise pas tant à résoudre un problème qu'à faciliter le développement personnel dans une perspective de production » (définition d'Olivier Devillard, in Coacher, Dunod, 2001).

« *Le coaching est l'accompagnement d'un individu, d'une équipe ou d'un groupe, par un spécialiste du changement* » (définition de Bernard Hévin et Jane Turner, extrait des documents pédagogiques du Dôjô).

## 1.1. Définition du coaching d'entreprise

Pour assurer l'équilibre de l'entreprise plusieurs facteurs (endogènes, exogènes) doivent être pris en compte. D'où la nécessité de faire appel à une bonne connaissance et expertise.

Le coaching est de plus en plus utilisé, de nos jours, pour accompagner les entreprises qui sont confrontées à des défis de productivité, de qualité, et de la concurrence. C'est un concept générique très large qui recoupe des aspects liés au marketing, à la technique de vente, à l'entrepreneuriat, au développement personnel etc...

Son approche vise à optimiser les résultats des secteurs d'activité en se basant sur les potentialités et les faiblesses du marché mais aussi sur des comportements susceptibles d'impacter positivement la marche de l'entreprise. C'est un accompagnement au quotidien en termes de conseil d'orientation suivi et d'évaluation pour accroître les performances et les capacités de l'offre de produits et services.

## 1.2. Mise en place de la relation avec l'entreprise

Dans un premier temps, le coach doit pouvoir appliquer suivant les normes du métier, toutes situations de coaching. Ce qui signifie qu'il doit toujours se référer aux règles de conduite des coachs dans son travail. Dès lors qu'une personne vient solliciter son aide, il doit lui expliquer son rôle de manière à ce que tout soit clair dès le départ. S'il ne se sent pas en mesure de lui apporter son aide, le coach est



dans l'obligation de diriger celle-ci vers le professionnel qui puisse l'aider. Ensuite, le coach doit aussi dès le départ, trouver un accord avec l'entreprise ou l'entrepreneur qu'il va coacher par rapport aux procédures de coaching: horaires, logistique et programme.

En outre, il est aussi attendu qu'un bon coach puisse rassurer un chef d'entreprise. Pour ce faire, il doit se montrer sincère avec lui, le soutenir dans ses diverses décisions et l'écouter. Ce qui ne signifie pas pour autant suivre tous les désirs du client, mais communiquer ouvertement avec lui.

### 1.3. Bien communiquer avec le client

La compétence de communication est la base du travail de coaching, car vous ne pourrez jamais aider votre client si vous n'arrivez pas à communiquer efficacement avec lui. Cette compétence est basée sur trois points essentiels, dont l'écoute active, le questionnement et la communication directe. La raison est qu'il est impossible pour un coach de savoir comment aider son client s'il ne l'écoute pas activement. Tout est important chez ce dernier, que ce soit les dits ou les non-dits. Ils déterminent les réels désirs du client. C'est en écoutant que le coach puisse poser des questions afin de récolter des informations susceptibles d'aider à faire évoluer la situation. Dès lors qu'il a quelque chose à dire, il faut qu'il puisse le dire de manière simple à son client. Des métaphores, des analogies ou des humours peuvent être utilisés pour s'exprimer clairement.

### 1.4. Faciliter l'apprentissage du client et sa réussite

Il est important pour le coach et son client de déterminer un objectif à atteindre dès le début de leur collaboration. L'accompagnateur va ensuite faire de son mieux pour que son client atteigne cet objectif. Pour ce faire, il écoute, dit ce qui ne va pas, suggère et encourage. Il faut qu'il ait des compétences dans tous ces domaines pour mettre l'autre en confiance. C'est seulement lorsque la confiance est instaurée que des actions peuvent être créées. Il est inutile de préciser que le plan de coaching peut être chamboulé en cours de route en raison des résultats atteints à mi-parcours. L'accompagnateur doit être capable de réajuster le plan au fur et à mesure de l'avancement du coaching.

### 1.5. Cibles :

- Entrepreneurs, ouvriers artisans
- Leaders
- Formateurs (chambres consulaires)

### 1.6. Attentes



Aux entreprises, ouvriers, artisans et formateurs, le BUSINESS COACHES vont administrer des connaissances basiques au quotidien en :

- Marketing
- Entrepreneuriat
- Techniques de gestion financière
- Techniques de vente
- Etablissement de business plan

Tous ces outils une fois assimilés participent au changement de comportement qui va impacter positivement le niveau de l'entreprise en termes d'organisation et de productivité.



## Module 2 :



# LE BUSINESS COACH

### Un business coach

Un coach qui vous aide à la gestion de votre entreprise



#### Coaching

La pratique du coaching n'est pas subordonnée à un domaine d'activité, cela concerne tous les domaines.



#### Coaching de dirigeant

Les dirigeants des entreprises sont les premiers à être concernés par le coaching professionnel.



#### Coach

Pour faire face aux évolutions du contexte des activités professionnelles, essayez un coach professionnel.



#### Domaines de coaching

Les domaines d'intervention d'un coach business sont différents : management, ressources humaines...



## Module 2 : le BUSINESS COACH

Le rôle principal d'un coach business est l'optimisation des compétences de l'équipe de l'entreprise pour surmonter facilement les éventuelles problématiques : pression, faible production, mauvaise ambiance de travail, etc.... Mais la première cible d'un coach professionnel est le manager ou le dirigeant ! Il peut lui apporter un support pour s'affirmer au quotidien, bien gérer son entreprise et perfectionner les techniques du management de l'entreprise. La mission du coach business est l'accompagnement professionnel des employés, du manager ou de l'entrepreneur, [comptergerer.com/](http://comptergerer.com/) est un bon exemple d'accompagnement professionnel pour monter une entreprise et maintenir l'équilibre entre ses données managériales et économiques dans le but de garantir le succès professionnel.

Dans ce projet, le Business Coach est un technicien en gestion d'entreprise qui sera chargé de la mise en œuvre de toutes les activités relatives à la formation en gestion, à la mise en relation effective des entreprises entre elles mais aussi avec les ménages dans une zone géographique précise et enfin avec l'offre de service financier local. Cela inclut de façon significative, les aspects stratégiques et opérationnels relatifs au développement de modèles d'affaires pour la promotion de produits d'assainissement.

### **2.1. Compétences et qualités essentielles du business coach**

Dans le cadre du projet USAID Accès, les compétences requises pour être un business coach sont les suivantes

- Expérience dans l'identification et la résolution des problèmes auxquels sont confrontées les micro entreprises ou entreprises du secteur informel,
- Capacité à fournir un soutien/solutions à des besoins identifiés en matière d'aspirations commerciales,
- Bonnes capacités en communication
- Capacités à motiver les gens
- Capacités de rapportage
- Capacités de planification et de suivi
- Capacités à travailler en groupe
- Bonnes connaissances informatiques (environnement Windows)
- Connaissance d'au moins une langue de la région d'affectation
- Patience et volonté à aider les entreprises locales à acquérir les compétences nécessaires au développement de leurs organisations
- Empathie vis-à-vis des promoteurs à accompagner
- Déplacements à l'intérieur de la région de travail.



## 2.2. Devoirs et responsabilités du coach USAID ACCES

Le Business coach a aussi des devoirs par lesquels celui de :

- Coordonner avec son superviseur pour développer des stratégies, des plans d'action, et la gestion des activités
- Collaborer activement avec les partenaires du projet au niveau local en commençant par ceux chargés de la mise en œuvre comme Caritas et CRS.
- Bâtir de solides relations avec les entrepreneurs soient directement soit à travers leurs organisations professionnelles comme les chambres de métiers
- Etablir une base de données des entreprises par secteur d'activités
- Etablir une base de données des entreprises par secteur d'activités
- Comprendre leur motivation, leur mode de fonctionnement, leurs opérations, leurs produits, leurs services, leurs contraintes, leurs forces etc.
- Accompagner les entreprises/associations locales à toutes les étapes de la vie de leurs entreprises (de la constitution au développement et à la maturité)
- Collaborer activement avec les entreprises/associations locales sur la base d'un plan de développement qui inclue la planification marketing, la gestion comptable et administrative
- Travailler à la mise en relation effective entre les entreprises et les ménages mais aussi entre les entreprises et d'organisations susceptibles de les aider à développer leurs affaires
- Appuyer les entreprises locales à développer un plan de changement en profitant des outils de gestion et de tous les types de ressources disponibles
- Analyser la performance des entreprises sur la base des critères de performance établis



## Module 3 :



# LE BUSINESS COACH - L'ENTREPRISE ET L'ENTREPRENEUR



### 3.1. LES CONTENUS THEMATIQUES DE COACHING

Le business Coach propose ses services aux entrepreneurs (Entreprises) pour les aider à atteindre les objectifs stratégiques qu'ils se sont fixés. Ses services passent notamment par des aspects de « développement des ressources humaines », « méthode et stratégie de gestion » et de « formation ».

La mission relève de la conduite du changement de l'organisation, notamment lorsque celle-ci est confrontée à une routine léthargique ou à un arbre de décision inefficace. Elle repose sur la mise en place concomitante de processus participatifs et de mécanismes de responsabilisation individuelle. Les premiers permettent de partager l'analyse stratégique, les objectifs, les plans d'actions qui en découlent, les mettre en œuvre en mode projet, puis d'évaluer les résultats acquis. Les deuxièmes permettent d'impliquer l'ensemble des collaborateurs vers la réalisation d'objectifs individuels dont dépend le niveau de rémunération.

Cette démarche se combine à un renforcement de capacités en mode continu par le coaching des cadres décisionnaires rassemblés en sein d'un comité de direction et via un plan de formation élaboré à l'issue de rendez-vous individuels réguliers avec l'ensemble des collaborateurs.

#### 3.1.1. Marketing

Concept de marketing, dans le cadre de l'assainissement c'est d'employer tous les voies et moyens pour créer une bonne perception des produits d'assainissement chez les consommateurs et de l'adapter à leurs besoins et désirs

##### Objectifs d'apprentissage :

A la fin de cette session, les participants devraient être capables de :

- De connaître c'est quoi le marketing
- De comprendre l'importance du marketing pour leur entreprise
- S'engager à réaliser un plan ou une stratégie marketing de vente de leurs produits et services

##### Méthodologie :

Pour cela, le business coach va amener le chef d'entreprise par des échanges en face à face au sein de l'entreprise à réaliser :

- Une évaluation objective des méthodes de ventes actuelles de l'entreprise
- Un inventaire des produits et services mis à la disposition du public
- Des stratégies pour attirer les clients vers l'entreprise
- De la politique de prix pratiquée par l'entrepreneur ou l'entreprise
- Le type de promotion/communication qu'il développe
- Et son positionnement sur le marché (leader, challenger, suiveur...)



- D'identifier ses concurrents ou les produits concurrents au siens
- A partir de ce premier constat qu'on appellera analyse de la situation, il s'agira ensuite dans une deuxième étape, pour le business coach de :
- Conseiller l'entrepreneur sur les moyens de résorber les gaps identifier
  - Renforcer les capacités des l'entrepreneur sur les stratégies potentielles de marketing
  - Inciter enfin l'entrepreneur si nécessaire d'initier un changement progressif d'approche de promotion de ses produits et services

**Durée :** 30 à 45 minutes par séances

Les séances ne doivent pas durer plus de trente minutes car ce sont davantage des conseils techniques sur le repositionnement progressif de l'entreprise sur son marché.

### Ressources

- Le guide de suivi des entreprises
- Fiches de Mix Marketing
- Une fiche d'évaluation SWOT

### Déroulement :

Pour ces séances, le Business Coach doit dans une première étape, présenter l'objet et les objectifs de cette séance ainsi que les résultats et la méthodologie de travail. S'il a des outils spécifiques, Il doit les présenter au chef d'entreprise cible..

Après cette entrée en matière, le Business coach amène l'entrepreneur à expliquer avec détail comment il commercialise ses produits et services sur le marché. Cette « **séance d'écoute** » ne doit pas durer plus de 10 mn. Le chef d'entreprise doit succinctement présenter :

- ✓ La liste de ses produits
- ✓ Les prix qu'il pratique
- ✓ Les moyens de promotions dont il dispose
- ✓ Et la localisation exacte de son entreprise dans la ville ou localité.

Le Business coach amène dans un troisième temps l'entrepreneur à faire son autoévaluation avec l'outil SWOT ou FFOM. Avec ce canevas simplifié et dans ses propres termes, l'Entrepreneur doit expliquer au Business Coach :

- ✓ Ses forces
- ✓ Ses faiblesses
- ✓ Ses opportunités
- ✓ Ses menaces



A partir de l'écoute des éléments collectés, le Business coach analyse l'ensemble des éléments « **pour l'entrepreneur** » et doit proposer un diagnostic simple, soit:

- ✓ L'entreprise n'a pas besoin de changement sur le plan marketing
- ✓ L'entreprise mérite quelques changements sur le plan marketing
- ✓ L'entreprise doit entièrement revoir sa stratégie marketing

Le business Coach relance alors l'entrepreneur qui doit prendre une décision relative au diagnostic et des résultats qui en découlent. Et seulement à partir de cette étape que le business Coach propose un plan d'accompagnement technique dont la première suggestion sera de :

- ✓ participer à la formation en Marketing de l'assainissement
- ✓ Valider un plan de coaching pour la mise en place de solutions marketing rapides et simplifiées

### 3.1.2. Entrepreneuriat

- ✓ Il y a un leader, l'entrepreneur, qui est la force motrice à l'origine des faits économiques.
- ✓ Dans l'esprit de cet entrepreneur il y a une vision de l'avenir qui est préférable à celle de l'état présent.
- ✓ Tout au long d'un processus partiellement conscientisé d'intuitions et de perspicacité qui trouvent leurs racines dans l'expérience, l'entrepreneur développe une vision ainsi qu'une stratégie afin de la mettre en pratique
- ✓ Cette vision est mise en œuvre rapidement et avec enthousiasme par l'entrepreneur. Le travail réalisé peut procurer le sentiment de vivre pleinement ou la satisfaction de rendre service à la société.

#### 3.1.2.1. Objectifs du Business Coach :

Il a pour objectif d'amener l'entrepreneur à se formaliser et à se conformer à tous les aspects et facteurs qui fondent l'attitude d'un bon entrepreneur.

Il s'agit pour le Business Coach de :

Conseiller l'entrepreneur à se formaliser s'il est dans l'informel

- ✓ A adhérer à l'une des chambres consulaires
- ✓ A renforcer ses capacités managériales ainsi que celles de son équipe
- ✓ De développer et partager la vision de son business
- ✓ De dresser un plan de développement et se donner les moyens de les atteindre

#### 3.1.2.2. Méthodologie :

Pour cela, le business coach va faire le point des statuts juridiques et légaux de l'entrepreneur en cherchant à savoir si :



- L'entrepreneur a un Régistre de commerce
- L'entrepreneur a un Ninea
- L'entrepreneur a un cachet qui authentifie tous les documents qu'il rédigé
- Si l'entrepreneur est un adhérent d'une des chambres consulaires
- Si l'entrepreneur a un carte d'identité
- Si l'entrepreneur a un permis de conduire
- Si l'entrepreneur est affilié à l'IPRES
- Si l'entrepreneur fait fréquemment ses déclarations d'impôts
- Etc...

A partir de ce constat qu'on appellera analyse du statut juridique et legal de l'activité de l'entrepreneur, et face a tous les manquements, il s'agira ensuite dans une deuxième étape, pour le business coach de :

- Conseiller l'entrepreneur de se rapprocher des autorités comptéentes pour se mettre a jours de tous impératifs légaux nécessaires a sa formalisation
- Renforcer les capacités des l'entrepreneur sur les stratégies potentielles de marketing
- Inciter enfin l'entrepreneur si nécessaire à initier un changement la gestion de ses activités entrepreneuriales

**Durée :** 30 à 45 minutes par séances

Les séances ne doivent pas durer plus de quarante cinq minutes car ce sont davantage des conseils techniques sur les procédures de légalisations a donner pour que ce dernier face le pas.

### 3.1.2.3. Ressources

- ✓ La procédure pour avoir un ninea
- ✓ La procédure pour avoir un RC
- ✓ La procédure pour adhérer aux chambres consulaires
- ✓

### 3.1.2.4. Déroulement :

Pour ces séances, le Business Coach doit dans une première étape, présenter l'objet et les objectifs de cette séance ainsi que les résultats et la méthodologie de travail. S'il a des outils spécifiques, Il doit les présenter au chef d'entreprise cible..

Après cette entrée en matière, le Business coach amène l'entrepreneur à expliquer avec détail comment il commercialise ses produits et services sur le marché. Cette « **séance d'écoute** » ne doit pas durer plus de 10 mn. Le chef d'entreprise doit succinctement présenter :

- ✓ La liste de ses produits



- ✓ Les prix qu'il pratique
- ✓ Les moyens de promotions dont il dispose
- ✓ Et la localisation exacte de son entreprise dans la ville ou localité.

Le Business coach amène dans un troisième temps l'entrepreneur à faire son autoévaluation avec l'outil SWOT ou FFOM. Avec ce canevas simplifié et dans ses propres termes, l'Entrepreneur doit expliquer au Business Coach :

- ✓ Ses forces
- ✓ Ses faiblesses
- ✓ Ses opportunités
- ✓ Ses menaces

A partir de l'écoute des éléments collectés, le Business coach analyse l'ensemble des éléments « **pour l'entrepreneur** » et doit proposer un diagnostic simple, soit:

- ✓ L'entreprise n'a pas besoin de changement sur le plan marketing
- ✓ L'entreprise mérite quelques changements sur le plan marketing
- ✓ L'entreprise doit entièrement revoir sa stratégie marketing

Le business Coach relance alors l'entrepreneur qui doit prendre une décision relative au diagnostic et des résultats qui en découlent. Et seulement à partir de cette étape que le business Coach propose un plan d'accompagnement technique dont la première suggestion sera de :

- ✓ participer à la formation en Marketing de l'assainissement
- ✓ Valider un plan de coaching pour la mise en place de solutions marketing rapides et simplifiées

### 3.1.3. Comptabilité – Gestion financière et recherche d'appuis financiers

Consigner toutes les transactions financières en les matérialisant par des reçus, factures, devis, livre de caisse, fiche de stock

#### 3.1.3.1. Optimisation de la productivité.

L'entrepreneur souhaite optimiser la productivité et l'efficacité de son entreprise, et le business Coach souhaite en tant que représentant technique du projet de tutelle, vous reconnaître comme une référence de professionnalisme. <sup>20</sup>



Pour vous aider à atteindre ce but le Business Coach amènera l'entrepreneur à se centrer sur les objectifs de l'entreprise grâce une méthodologie d'appui managérial innovante fondée sur :

- ✓ le développement des responsabilités.
- ✓ L'implication des collaborateurs dans le pilotage,
- ✓ la mise en place et le suivi d'indicateurs de performance,
- ✓ la tenue rigoureuse de calendriers de gestion se conjugue avec le renforcement des aptitudes à l'analyse, aux prévisions, à la délégation et au contrôle.

### **3.1.3.2. Atteignez votre autonomie financière.**

L'entrepreneur désire atteindre et conforter l'autonomie financière de son entreprise et le projet USAID Accès attend du Business Coach qu'il assure ce service sans subvention extérieure ni rétribution d'aucune nature.

Le Business Coach aidera à y parvenir : avec elle, l'entrepreneur déclinera la rentabilité de l'entreprise en sous-objectifs pour chaque fonction et mettra en place des indicateurs de progrès pour chaque collaborateur. Le Business coach fera ainsi progresser avec l'appui du Business Coach toutes les composantes de l'entreprise et atteindra l'autonomie financière qu'elle recherche.

### **3.1.3.3. Accédez à des financements.**

L'entrepreneur souhaite que son entreprise ait accès à des financements extérieurs comme par exemple pour réaliser la réalisation des ouvrages d'assainissement

Les Business coaches permettront de répartir et d'organiser les efforts des entreprises engagées à la fois sur le court-terme (au quotidien) et sur le long-terme (sur le quinquennat) à l'aide d'outils de planification stratégiques et grâce au renforcement des capacités et de la motivation des collaborateurs. Ainsi, l'entreprise pourra démontrer tout à la fois qu'elle gère ses clients au jour le jour et qu'elle entretient au long cours les infrastructures dont elle a la garde.

La rentabilité de l'entreprise s'inscrira ainsi dans une perspective durable et elle sera en mesure d'accéder plus facilement au financement de ses investissements.

## **3.1.4. Le business plan : feuille de route de l'entreprise** 21

### **3.1.4.1. Organisation stratégique :**



Processus de partage des tâches et des informations capitales en interne pour garantir la cohérence et une meilleure qualité de services, une bonne coordination ce qui peut entraîner un gain de temps et une bonne économie des coûts

#### **3.1.4.2. Objectif poursuivis**

Le coaching utilise les thèmes cités plus haut pour développer au sein de l'entreprise des outils pour lui permettre d'être plus performante et plus efficace dans l'exécution des activités. Le respect des délais, de la qualité des services restent un enjeu majeur et une exigence de l'offre dans un marché très concurrentiel

#### **3.1.4.3. 2.3 Résultats escomptés**

Au moins Identifier 50 entreprises formalisés dans l'ensemble des six (6) régions d'intervention les rendre professionnelles afin qu'elle puisse développer des compétences techniques et humaines pour répondre efficacement aux demandes du marché.

#### **3.1.4.4. 2.4 Evaluation des performances**

Une évaluation consiste, en un instant T, d'apprécier le niveau de maîtrise et d'application des outils administrés à une cible. Les évaluations faites seront sur la base des résultats concrets en tenant compte des objectifs initiaux de référence et des résultats obtenus cela nous permettra d'avoir une bonne visibilité de l'évolution de la cible coachée.

#### **3.1.4.5. Outils d'évaluation :**

- Enquête de satisfaction clients, fournisseurs, partenaires financiers
- Audit qualité : respect des dispositions préétablies
- Ecart par rapport au référentiel de base

#### **3.1.4.6. Prise de décision**

Engagement à mener des actions pour résoudre les problèmes et atteindre l'objectif fixé de commun accord.

#### **Cas pratiques**

##### **Individuel :**

- entretien préliminaire, définition de l'objectif ou du besoin de l'entreprise, validation et définition des modalités.
- Engagement du coaché
- Contrat de confiance entre le coach et sa cible



Mise en œuvre (en moyenne 10 séances d'entretien + bilan à l'issue de ceux-ci)

Périodes et durée : 10 séances de 2h chacune dans un espace de temps 15 jours avec des formations spécifiques.

**Groupe cible :**

Les regrouper en tenant compte de leur similitude, créer une dynamique d'échange d'idées et de solutions se retrouver dans un même cadre de référence et définir eux même les objectifs. On peut les regrouper dans leur cadre habituel (dans leurs lieux de travail ou en atelier dans les chambres consulaires)

Nous procédons par des jeux de rôle et des mises en situation réelle et pratique.

Ces séances de 45 minutes peuvent s'étaler sur 3 à 4 mois avec un espace-temps de 15 jours par séance.

Ce procédé n'est pas figé il est plutôt modulable et flexible et adapté aux situations auxquelles nous serons confrontés. Cet exercice à terme nous permet de modéliser cette approche qui peut nous fournir beaucoup d'éclairage, des enseignements complémentaires afin de renforcer la prise de conscience du coach pour ouvrir d'autres perspectives plus ambitieuses.

### **3.1.5. Caractéristiques de l'entrepreneuriat**

Il y a un leader, l'entrepreneur, qui est la force motrice à l'origine des faits économiques.

Dans l'esprit de cet entrepreneur il y a une vision de l'avenir qui est préférable à celle de l'état présent.

Tout au long d'un processus partiellement conscientisé d'intuitions et de perspicacité qui trouvent leurs racines dans l'expérience, l'entrepreneur développe une vision ainsi qu'une stratégie afin de la mettre en pratique

Cette vision est mise en œuvre rapidement et avec enthousiasme par l'entrepreneur. Le travail réalisé peut procurer le sentiment de vivre pleinement ou la satisfaction de rendre service à la société. Le business coach quoi qu'il ait un back ground orienté performance de l'entreprise ne doit pas occulter cette dimension dans le suivi accompagnement qu'il fera au quotidien avec les chefs d'entreprises.

Le respect de cette vision est la boussole du projet sinon du plan de développement de l'entrepreneur et qui épouse ses aspirations présentes et avenir.



### 3.1.6. Les critères d'un bon entrepreneur et le rôle du Business coach dans leur maintien

#### 1. Être déterminé

L'entrepreneur se doit d'être déterminé dans ses projets. Dès lors qu'il crée sa société, il doit savoir jusqu'où il veut aller, comment y aller, et mettre tout ce qu'il sait en application. Rien ni personne ne doit l'arrêter.

La personne déterminée, c'est celle qui ne se trouve aucune excuse pour ne pas avancer.

**Le business coach doit souvent rappeler au chef d'entreprise de ne pas confondre détermination et obstination.** En effet l'entrepreneur déterminé sait ce qu'il doit effectuer pour avancer. Il doit savoir accepter les défaites, les échecs, et rebondir dessus. Il doit également savoir accepter les critiques et ne jamais se décourager, et c'est au business coach de savoir intelligemment lui insuffler cet état d'esprit car il y va d'une approche de changement de comportement

*« Quand tout semble être contre vous, souvenez-vous que l'avion décolle face au vent, et non avec lui. » Henry Ford*

#### 2. Ne pas avoir peur de manquer d'argent

Les débuts ne sont pas toujours évidents. L'entrepreneur n'a pas peur de ne pas se verser de salaire à ses débuts. Il a déjà prévu des économies, et sait que l'argent ne rentre pas forcément tout de suite dans la caisse. Si c'est le cas, c'est tant mieux, sinon il sait à quoi s'en tenir. Le marché de l'assainissement est nouveau donc le BC doit pouvoir insuffler cette idée que même s'il manque d'argent, l'entrepreneur ne doit pas avoir peur de s'engager dans ce marché et que les solutions et l'argent arriveront par la suite s'il est déterminé.

*« Si tu as peur de manquer d'argent, commence à monter ton activité après le boulot. #Entrepreneur »*

#### 3. Être organisé & savoir planifier

L'entrepreneur est également une personne très bien organisée, et sait exactement quand il doit aller travailler, et précisément ce qu'il doit faire. Il a également planifié tout ce qu'il allait faire dans l'année à venir, et sait à quoi s'en tenir.

On fait un plan et on le suit. Le business coach doit lui rappeler cette vision et la lui faire souvent appliquer comme un leitmotiv.



« Pour accomplir de grandes choses, nous devons non seulement agir mais aussi rêver ; non seulement planifier, mais aussi croire. » Anatole France

« S'organiser évite souvent de se perdre et de se noyer ! #entrepreneur »

#### 4. Avoir un goût de la liberté prononcé

En général, il a un désir ardent de liberté. Il cherche à prendre le contrôle de sa vie, de son avenir, et ne veut pas avoir à rendre des comptes à quelqu'un. Il est prêt à travailler avec acharnement et est heureux de gagner un smic tout en ayant sa liberté bien que ses possibilités soient énormes.

« Nous n'avons qu'une liberté : la liberté de nous battre pour conquérir la liberté... » Henri Jeanson.

« Le temps et la liberté, plus forts que l'argent ? #Entrepreneur »

#### 5. Etre discipliné

Le Business Coach doit rappeler à l'entrepreneur qu'il doit **Il aussi être très discipliné**. Ayant planifié et organisé toutes ses semaines : rendez-vous, tâches à accomplir, il s'y tient, et ne se laisse jamais aller. Malgré les problèmes qui arrivent, il sait se tenir à ce qu'il a prévu et n'en déroge pas. S'il doit en déroger, c'est exceptionnel, et trouve le moyen de combler le manque d'action. Agir sous les émotions n'est pas la meilleure des choses, c'est pour cela qu'il est important d'être organisé, et discipliné.

« La discipline est mère du succès. » Eschyle

#### 6. Avoir confiance en soi et son projet

Un entrepreneur a confiance en son idée, en son business. En général s'il se lance, c'est qu'il sent que son business a du potentiel, sinon pourquoi se lancer ? Cette confiance, il ne doit pas la perdre. C'est en ayant confiance en soi, en son projet, en ses idées et en son travail, qu'il conservera sa motivation, trouvera de nouvelles idées pour dynamiser tout cela. Une qualité extrêmement importante, donc !

« Si vous avez confiance en vous-mêmes, vous inspirerez confiance aux autres. » Goethe

#### 7. Etre sociable et ouvert d'esprit

Pour avoir du succès, l'entrepreneur devra faire preuve d'une grande ouverture d'esprit. Cela lui permet entre autre de discuter de tout avec tout le monde. Les possibilités de faire des rencontres sont donc grandement augmentées. Ainsi il



peut se créer un carnet d'adresse relativement important, qui est un atout majeur dans la création d'un business.

Avoir un réseau, des connaissances qui pourront un jour nous dépanner, ou déboucher sur un partenariat, ou encore mieux. Avoir du contact, être très sociable est un avantage énorme lorsque l'on gère un business.

## 8. Etre créatif

Pour avoir du succès l'entrepreneur doit se doter d'un brin de créativité. Avoir de la créativité lui permet de trouver des idées qui vont lui permettre de faire croître sa société. D'avoir de l'avance sur la concurrence, de trouver des marchés encore inexploités, ou d'attirer une nouvelle clientèle.

« Les entreprises qui survivront demain, sont celles qui encouragent la créativité d'aujourd'hui. » Maurice Zeldman

## 9. Etre passionné

L'entrepreneur est passionné. C'est le moteur de sa motivation d'ailleurs. La passion est un vecteur de motivation extrêmement important. Si vous désirez monter un blog par exemple, il est recommandé de traiter d'une de vos passions afin de ne pas laisser tomber au bout de 6 mois.

Les entrepreneurs à succès ont une grosse capacité de travail, car leur travail les passionne. Ils sont tout d'abord passionnés par le business, la création et gestion d'entreprise. Ils sont également passionnés par la création de contact et tout ce qui permet à une entreprise de prendre de l'ampleur.

## 10. Etre tolérant face à l'échec

Tout le monde passe par des échecs. Les entrepreneurs aussi. Certains sont de grands échecs puisqu'ils mènent à la faillite, et d'autres moins importants. Il s'agit ici d'adopter une autre façon de voir les choses.

L'entrepreneur prend des risques, sans cesse. Il fait des tests, il teste sans arrêt. Mais il est tolérant et sait qu'il peut très bien se tromper, prendre une mauvaise décision, et perdre de l'argent. Mais le simple test lui permet de savoir ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas.

## 11. Etre optimiste

Comme il est dit dans le point précédent, l'entrepreneur est un grand optimiste !<sup>26</sup> Oui il s'est lancé déjà dans la création (ou reprise) d'entreprise, ce qui signifie qu'il est confiant concernant son projet.



Il a une totale confiance en ce qu'il projette de faire, et ne laisse jamais le côté négatif prendre le dessus. Il est orienté solution plutôt que problème !

Le stress ? Oui il connaît, mais il s'en sert pour se motiver, se stimuler, aller de l'avant ! Le Business Coach ne doit pas venir briser cette disposition naturelle tout au contraire, la renforcer par une ligne de conduite faite d'objectivité et de pro activité.

## 12. La formation

L'Entrepreneur cherche sans cesse à faire évoluer son business. Il doit donc se former sans cesse, former les employés. Il fait de la veille concurrentielle, lit des ouvrages pour améliorer ses ventes, passe des formations pour avoir une meilleure communication, se tient au courant des nouvelles technologies. Dès qu'il va chez un concurrent il sait repérer les bonnes idées, ce qui peut fonctionner et il note tout afin de tester ! Le business coach doit ainsi développer cet aspect de bunchmarking de l'entrepreneur.

## 13. Savoir prendre des décisions

L'entrepreneur est généralement un leader, un meneur. Il sait prendre les décisions, et n'est pas hésitant. C'est une caractéristique très importante, et commune à tous les entrepreneurs : ils ont déjà pris la décision de créer leur société.

Il sait donc faire des choix, et accepte de se tromper face à ses choix, mais une chose est sûre : il agit toujours. Mieux vaut faire quelque chose et se tromper, que de rester face à une décision tout le reste de sa vie.

L'action est donc son principal allié.

Le business Coach doit donc le pousser à prendre des décisions les plus opportunes et issues de constats et d'évidence en renforçant les capacité de l'entrepreneur à être à l'écoute de son environnement professionnel, son marché et ses clients. L'ensemble des décisions managériales que l'entrepreneur prendrait par la suite ne serait que plus fondées

## 14. Savoir déléguer

Afin de pouvoir se concentrer sur les tâches importantes, et penser 80/20 (loi de pareto), l'entrepreneur en chef a certainement du apprendre à déléguer. Bien déléguer, c'est important car il peut y avoir des complications si l'on ne sait pas faire, et si la personne à qui l'on délègue se trompe.

Il sait donc expliquer correctement tout ce qu'il faut faire, détailler, et surtout choisir avec soin la personne à qui il délègue. C'est un point important lorsque l'on arrive à faire des semaines de 70h ou plus. Malgré la passion, le travail nous entoure trop, et l'on ne sait plus prendre de recul face à notre travail. Le Business



coach a donc la tâche de s'assurer que le chef d'entreprise sache déléguer et surtout sait choisir à qui délègue ses tâches et responsabilités.

### **15. Etre prêt à faire des concessions**

Il est au courant que tout se négocie. Et qu'il devra faire quelques concessions pour certaines affaires, afin que l'entreprise se porte au mieux. Il devra parfois céder des avantages à ses clients les plus fidèles. Il devra également passer plus de temps au travail parfois pour pouvoir remplir un contrat. Il faut qu'il soit capable de travailler sous pression, et il y est prêt.