

L'Attentisme, Pire Ennemi Du Chef D'Entreprise Face À La Crise

Les chefs d'entreprise doivent résister aux sirènes de l'attentisme et **reprendre leur posture de leader**, ne plus attendre la parole de l'État **ET ELABORER DES PLANS DE REBOND**. Alors ils pourront saisir les opportunités et être pleinement acteurs de la relance économique. Lorsque l'économie repartira il sera trop tard pour établir ces plans ; il faudra être prêt à les mettre en œuvre.

Tandis que la France s'enlise dans cette crise politique, la question demeure de savoir quel sera l'impact réel de la crise sur les entreprises.

Pour le moment, les trésoreries tiennent le coup, essentiellement grâce à la prudence de gestion des chefs d'entreprise à quelques mesures gouvernementales encore en vigueur mais pour combien de temps ?

Un chef d'entreprise averti en valant d'eux.

Il est indispensable de travailler sur **DES** plans de rebond. Même si certaines décisions peuvent être particulièrement difficiles à prendre car l'horizon reste flou tout chef d'entreprise se demande si les clients seront au rendez-vous ? Et le seront-ils comme avant (plus / moins) ? Avec quelles nouvelles exigences ? Et combien de temps va-t-il falloir attendre pour retrouver une dynamique de croissance ? Sans compte le stress qui a affecté près de 90% des dirigeants de PME-PMI.

Pourtant, le pire serait de céder aux sirènes de l'attentisme. L'attentisme c'est disparaître à petit feu. Ne rien faire c'est perdre sa trésorerie et entrer dans une zone financière critique sans possibilité de retour. C'est la raison pour laquelle le LEADER se doit de travailler sur plusieurs plans de rebonds dans les domaines humains, financiers, innovation, marketing, commercial.

ALORS VOUS QUI ETES DIRIGEANT DE PME –

Ne subissez pas la crise préparez le rebond !

Même si La France vacille, vous devez rester debout. C'est un immense défi mais il y a des pistes de travail

L'incertitude politique et économique actuelle a figé une grande partie du tissu entrepreneurial français. Les PME et PMI, qui constituent pourtant l'ossature de notre économie réelle, ont levé le pied :

investissements reportés,
recrutements gelés,
stratégies figées dans l'attente d'une "accalmie".

Mais **attendre**, c'est déjà **perdre du terrain**.

Car une crise, c'est aussi une **redistribution des cartes**. Certains subiront.
D'autres s'adapteront.

FAITES PARTIE DE CEUX, plus lucides et audacieux, qui profiteront de cette période **pour préparer leur rebond**.

Rebondir, c'est d'abord observer autrement

Avant d'agir, il faut **comprendre les nouveaux équilibres**.

Les habitudes de consommation évoluent, les chaînes d'approvisionnement se redessinent, les comportements des salariés changent.

CONSEIL NR 1

Ne regardez pas ce qui "ne marche plus" : Cherchez **ce qui change** et **ce que vous pouvez créer** à partir de là.

Alors vous avez 3 questions à vous poser dès aujourd'hui :

1. Qu'est-ce que mes clients d'hier attendent *vraiment* maintenant ?
2. Quels produits, services ou formats peuvent redevenir pertinents dans un contexte d'incertitude ?
3. Où sont mes forces dormantes (compétences, stocks, réseau, savoir-faire) que je peux réactiver vite ?

CONSEIL NR 2

Observation → compréhension → repositionnement rapide : voilà la séquence clé.

CONSEIL NR 3

Construire un “Plan de Rebond” en 3 scénarios

Quand la visibilité est faible, il faut raisonner **en scénarios** plutôt qu’en certitudes.

Préparez au moins **trois plans de rebond** :



Scénario optimiste : “Le marché repart”

- ➡ Identifier les investissements prioritaires à relancer immédiatement (R&D, digital, communication).
- ➡ Préparer les ressources humaines (formation, montée en compétences).
- ➡ Reconnecter avec les clients dormants et anciens prospects.



Scénario intermédiaire : “Le marché reste mou”

- ➡ Réduire les coûts inutiles sans sacrifier la valeur ajoutée.
- ➡ Mutualiser certaines fonctions (logistique, achats, commerciaux).
- ➡ Renforcer la présence locale, jouer le “Made in France” ou le “proximité client”.



Scénario dégradé : “La crise s’aggrave”

- ➡ Geler les charges fixes non vitales, préserver la trésorerie.
- ➡ Sécuriser les talents clés, instaurer un dialogue constant avec les équipes.
- ➡ Chercher des alliances stratégiques temporaires (coproduction, partage d’ateliers, groupements d’entreprises).

Dans les 3 scénarios l’appartenance à un réseau de dirigeant partageant les mêmes valeurs est une opportunité de soutien, d’échange pour conforter ses positions et même pouvoir trouver des opportunités de business.

(c'est ce que le club des sacres-français.com propose)

L'objectif : ne jamais subir. Toujours avoir une manœuvre prête, quel que soit le contexte.

CONSEIL NR 4

Faire de la confiance un levier stratégique

Les salariés observent, doutent, interprètent. Leur moral influence directement la performance.

Un dirigeant qui communique de façon transparente – sur les difficultés comme sur les ambitions – **crée de la confiance.**

Actions concrètes :

- Mettre en place un “brief collectif” mensuel sur la situation réelle de l'entreprise.
- Impliquer les équipes dans la recherche d'économies ou d'innovations.
- Valoriser chaque initiative interne (même modeste).

💬 *La confiance interne devient la première énergie d'entreprise quand tout vacille.*

CONSEIL NR 5

Utiliser la crise comme accélérateur d'innovation

Les grandes innovations naissent rarement dans les périodes calmes.

La contrainte pousse à repenser les modèles, simplifier les offres, digitaliser les processus, ou coopérer avec d'autres acteurs.

Quelques pistes immédiates :

- Créer une **offre “crise”** : service simplifié, tarif ajusté, livraison express, etc.
- Digitaliser une partie de la chaîne de valeur (vente en ligne, devis instantané, CRM partagé).

- Lancer un **mini-laboratoire interne** pour tester de nouvelles idées chaque mois.

*Innover n'est pas une option : c'est un réflexe de survie
constructive.*

CONSEIL NR 5

Gouverner par la lucidité et la projection

La pire erreur serait d'attendre "le retour à la normale".

Car il n'y aura pas de retour.

Seulement **une nouvelle normalité**, différente, plus exigeante, plus fluide.

Le dirigeant qui anticipe aujourd'hui, qui scénarise, qui prépare ses équipes et renforce ses fondamentaux (clients – cash – compétences), **sera parmi les gagnants du rebond.**

Ma Conclusion : Transformez vos incertitudes en opportunités

La crise actuelle n'est pas seulement un mur.

C'est aussi **une porte entrouverte vers un nouveau modèle économique**, plus sobre, plus humain, plus agile. Vous ne devrez compter que sur vous et votre capacité à sans cesse innover et bâtir cette fameuse stratégie agile qui consiste à ne jamais croire que tout est acquis.

À chacun de vous de choisir son camp :

- Attendre les annonces, ou
- **Créer son avenir** avec ce qu'il a, maintenant.
- ♦ **Le courage stratégique**, c'est de décider d'agir avant d'y être obligé.

Laurent Bruhl

LB2AD CONSEIL

Mots-clés & #Hashtags

**#PME #Rebond #Dirigeants #Crise #Résilience #Leadership #Agilité
#Innovation #LB2AD**

Souhaites-tu que je te le mette en **Word** (mise en page prête