

H comme ... Histoire

L'histoire d'une entreprise est la liste des événements marquants qui ont jalonné son parcours depuis sa naissance.

Cette histoire est parfois en lien avec celle de son dirigeant, ce qui permet alors de comprendre certaines orientations stratégiques ou, tout simplement, la raison pour laquelle l'entreprise a été créée.

Raconter cette histoire est donc très important car cela permet de rendre l'entreprise plus proche et de créer un lien particulier entre elle et ses clients.

L'Histoire pour l'entreprise qu'est ce que c'est ?

L'histoire de l'entreprise ne doit pas se limiter à une succession de dates car cela serait sans grand intérêt. Bien sûr, certaines entreprises se targuent d'exister depuis plusieurs dizaines d'années mais c'est une façon de présenter les choses qui peut au contraire faire peur car le lecteur peut alors se demander si l'entreprise est capable d'évoluer.

Je me souviens en effet d'une entreprise presque centenaire où chaque dirigeant a été pris en photo sur le même pont. L'idée était sans doute de montrer une continuité dans la direction de l'entreprise depuis sa création. Mais en pratique, ce qui en ressort est une sorte d'immobilisme. De fait l'entreprise est actuellement en grandes difficultés, entre autres parce qu'elle n'a pas réussi à s'adapter ...

Cas pratique

En pratique, l'histoire racontée doit montrer comment l'entreprise est née. En effet, en expliquant qu'à l'origine de l'entreprise il y a eu un problème ou un besoin rencontré par son fondateur, cela permet au visiteur de s'identifier facilement, car il ou elle le même problème.

Et puis, pour le visiteur, comprendre la démarche entrepreneuriale du fondateur permet de se rapprocher de lui. Le but de l'histoire est alors de créer un lien particulier entre l'entreprise (et

ABECEDAIRE PRATIQUE DE L'ENTREPRENEUR

son dirigeant) et ses clients. Ce lien va favoriser à terme la vente des produits ou des services de l'entreprise.

L'histoire de l'entreprise et de son dirigeant permet aussi, pour peu qu'elle soit écrite sur un ton léger, de donner une image sympathique de l'entreprise. Bien sûr, on n'achète pas un produit dans une entreprise uniquement parce qu'elle est « cool », mais cela y contribue quand même.

De plus, lorsque le client connaît l'histoire de l'entreprise, cela lui permet d'être mis un cran au-dessus des autres car il sait ce que les autres ne savent pas. Cette façon de valoriser indirectement le client est très utile car cela va lui donner des arguments pour convaincre son entourage d'acheter leurs produits dans « son » entreprise.

Enfin, il faut comprendre qu'une histoire ne s'arrête jamais et qu'elle s'écrit tous les jours. On l'oublie souvent mais au départ les blogs étaient des journaux de bords renseignés plus ou moins régulièrement. C'est donc un très bon outil pour qui veut construire l'histoire de son entreprise chaque jour.

Alors, comment bien gérer son histoire ?

Pour bien gérer l'histoire de son entreprise, il faut comprendre que celles et ceux qui vont la lire veulent vouloir découvrir comment l'entreprise est née et comment elle grandit.

Il ne s'agit évidemment pas de faire un récit détaillé de tous les faits concernant l'entreprise, mais bien de mettre en avant les faits marquants et ceux qui ont permis de constituer son ADN.

Pour savoir ce que vous devez faire figurer dans l'histoire de l'entreprise le plus simple et de vous demander ce que vous aimeriez savoir d'une entreprise. Au fond, c'est un peu la même démarche que celle que vous avez eue lorsque vous avez créé votre entreprise : comment résoudre un problème qui vous touche.

Et ne perdez jamais de vue qu'une entreprise vit et que son histoire s'écrit chaque jour ! Mettez donc à jour régulièrement votre histoire, cela permettra en plus aux visiteurs de vouloir revenir !