

P comme ... Partenaire

Une entreprise peut rarement travailler de manière complètement autonome au sens où elle dispose en interne de toutes les ressources nécessaires à son bon fonctionnement. Elle est donc obligée de s'appuyer sur des partenaires, c'est-à-dire des entités qui réalisent certaines tâches pour elle.

Mais pour qu'un partenariat fonctionne de façon efficace, il faut que les deux parties adoptent une stratégie gagnant-gagnant et que le terme de « partenaire » ne soit pas qu'une expression utilisée pour faire plaisir.

Le partenaire pour l'entreprise qu'est ce que c'est ?

Concrètement pour l'entreprise il va exister deux sortes de partenaires : les partenaires standards et les partenaires clefs.

On comprend bien que les partenaires clefs doivent être traités avec les plus grands égards dans la mesure où de la relation que vous allez entretenir avec eux va dépendre la réussite de votre activité.

Les partenaires standards quant à eux sont davantage le fruit d'opportunités qui permettent à un instant donné de la vie de l'entreprise de profiter des compétences, du savoir-faire, des réseaux, etc. des partenaires en question.

Cas pratique

Avant d'envisager de nouer un partenariat avec une autre entreprise, la première chose à faire est de définir vos besoins. En fait, il s'agit dans un premier temps de dresser la liste des actions que vous êtes censé exécuter dans votre entreprise et déterminer celles que vous êtes en mesure de réaliser en interne et les autres.

Ensuite, il faut relire ces actions mais sous un autre angle, celui de la stratégie. En effet, certaines des actions que vous menez dans votre entreprise ont un caractère stratégique, d'autres pas.

ABECEDAIRE PRATIQUE DE L'ENTREPRENEUR

Vous pouvez alors dresser un tableau à 2 colonnes et 2 lignes, les colonnes donnant les actions que vous pouvez ou non réaliser en interne et les lignes donnant celles qui sont ou non stratégiques pour votre entreprise.

Commencez alors à regarder les actions stratégiques pour votre entreprise. Celles qui sont réalisables chez vous ne posent pas de problème : vous devez les traiter avec le plus grand soin car votre activité (et votre survie) en dépend. Pour celles que vous ne pouvez pas réaliser en interne, vous avez le choix : soit vous vous donnez les moyens de les internaliser, ce qui signifie une prise de risque mais après tout il s'agit d'actions stratégiques ... Soit vous décidez de les faire exécuter par un partenaire qui va devenir un partenaire stratégique ! Il faut donc veiller à le choisir correctement et à vous assurer que vous partagez des objectifs communs.

Ensuite, concernant les actions qui ne sont pas stratégiques ou qui le sont moins, celles pour lesquelles vous disposez de ressources en interne ne posent pas de problème. Il vous faut cependant vous poser la question qui est de savoir si vous ne pouvez pas utiliser ces ressources pour des actions stratégiques, quitte à confier les actions non stratégiques citées précédemment à des tiers ...

Enfin, pour les actions pas ou peu stratégiques que vous ne pouvez pas réaliser en interne, vous pouvez trouver des partenaires standards qui les réaliseront sans doute de très bonne manière, ce qui vous permettra de vous concentrer sur l'essentiel.

Alors, comment bien gérer ses partenaires ?

Pour bien gérer ses partenariats, la première chose à faire est de définir ce que vous attendez d'eux.

Ensuite, vous devez savoir ce qu'ils attendent de vous car un partenariat est une relation symétrique et vous ne devez jamais oublier que vous pouvez aussi être un partenaire stratégique pour celui avec lequel vous bâtissez cette relation.

Enfin, partenariat ne signifie pas confiance aveugle. Comme dans toute délégation, vous devez en permanence vous assurer que le contrat est correctement exécuté. Votre partenaire, s'il est de bonne foi, acceptera toujours vos remarques si elles sont justifiées et le fruit d'un suivi rigoureux de votre part !