

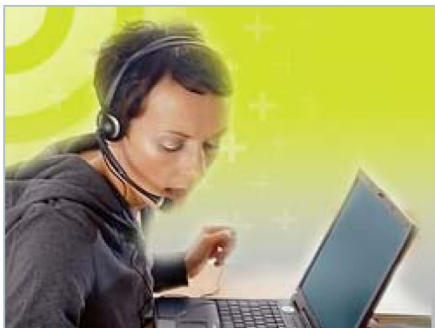
Guide de survie - Travail autonome

Ma petite entreprise ne connaît pas la crise

Bon d'accord... la crise est bien là! Pour les travailleurs autonomes, il s'agit de garder la tête hors de l'eau. Place à la créativité et à la remise en question.

par Anicée Lejeune

Lorsque l'économie tourne au ralenti, c'est l'occasion pour les travailleurs autonomes de rebondir et de diversifier leurs activités. «Je ne vois pas cette période comme une crise, mais plutôt comme un moment d'évolution. La conjoncture est idéale pour se remettre en question et ainsi faire le point sur son entreprise. C'est l'occasion d'ouvrir de nouveaux horizons et de nouvelles perspectives», affirme Claudine Bergeron, spécialiste en coaching. Les pigistes, qui n'ont généralement pas le temps de se soucier de leur développement, ont la possibilité de revoir la structure de leur entreprise, de développer d'autres compétences, et ainsi proposer de nouveaux services.



Soigner ses clients

Beaucoup de travailleurs autonomes qui voient leurs contrats diminuer pensent à baisser leurs tarifs. Ce qui n'est pas forcément une tactique gagnante. «On doit, certes, faire des concessions, mais surtout pas au niveau des tarifs. À partir du moment où l'on baisse les prix, il est difficile par la suite de les réévaluer», confie Patrice Starace, coordonnateur de la mesure du travail autonome au Service d'aide aux jeunes entreprises Montréal Centre. Il invite plutôt les pigistes à développer d'autres pans de leurs activités. «Il faut améliorer ses services et en proposer d'autres. Mettre en avant les valeurs

ajoutées de ses propres produits et services doit être un leitmotiv permanent. Une seule et même personne possède plusieurs cordes à son arc, c'est le moment de les développer. Les travailleurs peuvent également trouver des façons de s'adapter en matière de service à la clientèle, en allongeant les heures d'ouverture, par exemple.»

Il semble ainsi plus judicieux de se battre sur la qualité des prestations et miser sur la relation client. Plutôt que de baisser les tarifs, il vaut mieux en donner toujours un peu plus aux clients.

Des réseaux, encore et toujours

Dans la tourmente, il est aussi important de conserver l'attention de la clientèle en jouant la carte du réseau et du partage. Continuer à faire parler de l'entreprise est essentiel pour sa survie. «Il faut consolider et développer ses propres réseaux de contacts afin d'élargir son champ d'action. À titre d'exemple, un professionnel qui travaille dans un domaine connexe peut devenir un référenceur de clients», conseille M. Starace.

Mme Bergeron, quant à elle, va plus loin et suggère même des collaborations et des regroupements. «Il ne faut surtout pas s'isoler et ne pas avoir peur de demander de l'aide. Pourquoi ne pas faire partie d'un groupe de réflexion?» Le réseautage est encore plus indispensable en temps de crise pour maintenir ou développer ses activités. C'est comme ça que les idées fusent... et les opportunités aussi.