



## Il faut apprendre à SUEUR...

« Aurait-on oublié que la réussite en affaires est faite à 10 % de génie et à 90 % de sueur ? »

**I**l reste moins de deux mois pour terminer l'année 2007, une année de turbulences, sans contredit ! La chute du dollar américain sur les marchés mondiaux et, parallèlement, le raffermissement du huard ont supprimé un des avantages majeurs de nos PME et provoqué une descente aux enfers pour bon nombre d'entre elles.

Mais aurait-on oublié que la réussite en affaires est faite à 10 % de génie et à 90 % de sueur ? Période facile ou période difficile, peu importe : pour avoir du succès, il faut sueur ! Et plus encore quand l'horizon économique est maussade.

La situation actuelle exige de l'entrepreneur qu'il recentre ses opérations, qu'il revienne au point de départ et exploite sa PME avec une plus grande efficacité. Il faudrait songer à moderniser les activités et à adopter de nouvelles technologies. Depuis combien d'années travaillez-vous avec ces machines que vous avez acquises peut-être d'occasion ? De nouvelles machines n'augmenteraient-elles pas sensiblement votre efficacité, améliorant du même coup votre valeur ajoutée ? On pourrait aller plus loin encore et même inventer une nouvelle machine ou mettre au point un nouveau procédé de production. Pourquoi pas ? Nos ancêtres étaient des «patenteux». C'est le moment de se creuser les méninges et de réviser tous les procédés de fabrication afin de réduire le gaspillage, les pas et les gestes inutiles. Oh ! C'est du

travail, c'est de la sueur, mais cela fait partie de la réussite.

Il faut aussi accroître ses efforts pour vendre, c'est-à-dire pour faire en sorte que les clients préfèrent vos produits pour des raisons de qualité et de service, et non de prix plus ou moins élevé. C'est peut-être le moment pour vous, patron, d'aller voir en personne vos bons clients et de leur demander ce que vous pourriez faire de plus pour les satisfaire ou même les aider.

C'est peut-être aussi le moment de revoir les relations de travail avec les distributeurs et de trouver des moyens de les récompenser des efforts qu'ils fournissent pour vendre la qualité de vos produits. Oh oui ! C'est un effort supplémentaire qui fait sueur son homme ! Mais c'est le prix à payer pour réussir.

Enfin, combien de nouveaux produits, de nouveaux services avez-vous offerts depuis le début de l'année ? Vos clients ont sûrement d'autres besoins à combler, et vous pourriez le faire si seulement vous mettiez plus l'accent sur l'innovation. Mais pour cela, il faut sortir des sentiers battus. Là encore, cela fait partie du 90 % de sueur. Rien de nouveau n'arrive si l'on croit que tout a été inventé, qu'il n'y a plus rien à ajouter, à modifier, à changer !

Malgré les difficultés des mois à venir, ceux qui parviendront à tirer leur épingle du jeu sont ceux qui ne craindront pas de redoubler d'efforts. Ils se souviendront de l'année 2007 comme d'une année de réveil. Comme l'année où ils ont réappris à sueur !

PME