



**IAE** MONTPELLIER  
École Universitaire  
de Management



Véronique BESSIERE

Eric STEPHANY

Responsables du Master  
Création d'Entreprises  
Innovantes  
à l'IAE Montpellier

## Vidéo 1.3

# La création d'entreprise innovante, vue par Katia Vidic



Bonjour,

**Katia Vidic, tu participes donc à l'aventure entrepreneuriale qui s'appelle **Nelis**, entreprise créée en 2005. Peux-tu nous présenter le métier de **Nelis** ?**

Alors oui ! **Nelis**, pour le coup, c'est une application en SaaS<sup>1</sup>, qui permet de centraliser les informations autour des contacts, et de travailler en équipe autour des contacts.

## **I. Le parcours de Katia Vidic et la création de Nelis**

**Très bien. Alors, comment as-tu pris la décision de créer une entreprise ?**

Alors, je ne suis pas toute seule. À la base, il y avait Philippe Rossi, et moi j'étais plus là au début en soutien et en support. Et petit à petit, il y a eu des aventures, ça fait dix ans qu'on est créé et on a continué avec Philippe Rossi.

**D'accord. Est-ce-que tu peux nous expliquer ton parcours et ce qui t'amène à cette aventure **Nelis** ?**

Mon parcours c'est que, depuis que j'étais lycéenne, j'ai toujours travaillé à côté, dans l'entreprise. Et du coup, de par cette expérience, quand j'ai rencontré Philippe Rossi, qui m'a parlé de son projet, qui était plus de faire un support ouvert vers les clients, qui discute directement avec les clients, et un support en ligne interactif. Mais à force de l'utiliser, on se disait : mais pourquoi est-ce qu'on ne mettrait pas toute l'entreprise à collaborer autour de chaque contact et chaque client ? Et l'idée, c'était vraiment de mettre le client au centre et d'arrêter de cloisonner les collaborateurs. Puisque l'administratif ne parlait pas avec le support client, ni avec les commerciaux. Du coup voilà !

## **II. Les points clés de la réussite de Nelis**

**Alors maintenant, une question plus recentrée sur **Nelis**. Est-ce-que tu pourrais nous dire quels sont les points clés de cette réussite ? Et ce qui fait que Nelis, aujourd'hui, est l'une des start-ups les plus en vue sur la **French Tech Languedoc-Roussillon** et puis au niveau national ?**

Alors la réussite, ou plutôt les réussites, ça a été à chaque fois de bien s'entourer, parce que nos contacts, ils sont créés. Et on ne peut pas se développer, ou en tout cas on ne

---

<sup>1</sup> Saas ou Software as a Service ou logiciel en tant que service est un mode d'exploitation des logiciels, où ceux-ci sont installés dans des serveurs distants et non pas sur la machine de l'utilisateur.

peut pas accélérer notre business si on ne s'entoure pas bien, correctement en tout cas. Donc on a beaucoup de mentors autour de nous, qui nous ont permis à un moment donné de nous coacher, de nous aider dans la prise de décision, puisqu'une aventure entrepreneuriale, c'est vraiment oser prendre des risques. C'est s'aventurer sur des terrains, où on n'est pas du tout familier à la base, parce que je n'ai jamais créé d'entreprise, mon associé non plus. Donc pour nous, beaucoup de choses ont été une première fois. Donc les premières réussites, ça a été : première signature, premier recrutement, voilà... Et après, c'est au quotidien : c'est partager un café avec nos collaborateurs chaque matin. C'est devenu une réussite, puisque du coup, c'est une culture qu'on partage avec nos collaborateurs, c'est une aventure humaine avant tout. Voilà la plus grande réussite !

### **J'ai même vu qu'il y avait des parties de ping-pong aussi !**

Exactement ! Oui, c'est important la culture d'entreprise. Et je pense qu'une des choses qui nous a vraiment démarquée, et qui continue à nous démarquer, c'est notre culture d'entreprise effectivement. Et je pense qu'on ne le répète pas assez souvent. Oui, la culture start-up, c'est un peu faire des choses complètement folles, s'aventurer, enfin vouloir révolutionner le monde. Mais c'est avant tout une aventure humaine. Et ça, si on l'oublie, on peut passer vraiment à côté de beaucoup de choses.

## **III. Erreurs et recommandations**

**D'accord. Alors peut-être une question un peu plus fondée sur l'autocritique : est-ce qu'il y a eu des erreurs ?**

Ah ! Plein ! Sinon on ne serait pas là !

**D'accord, très bien !**

Mais il y en a eu beaucoup : il y a eu le fait de ne pas tout de suite partir à l'international, parce que, nous, quand on s'est créé, déjà avoir une femme au *board* c'était très compliqué. Donc on était plutôt caché, on était un peu des bêtes sauvages qu'on ne regardait pas trop. Non, mais c'est vrai ! Il faut quand même rappeler qu'il y a dix ans, une femme au *board*, ce n'était pas très bien vu.

Après, au delà de ça, ça a été de ne pas constituer de réseaux, de ne pas partir immédiatement à l'international, parce qu'il y avait cette difficulté. C'était d'abord de dire : « réussissez en France, et une fois vous aurez prouvé votre concept, vous allez réussir là-bas ». Alors qu'en fait, on se rend compte qu'avec la mondialisation, déjà il y a dix ans, quand nous on a créé, Facebook commençait à peine à arriver. Effectivement,

on aurait pu tout de suite partir : on avait un projet d'envergure internationale, on aurait pu le faire. On a manqué de confiance justement. Et autour de nous, on n'a pas eu assez de confiance. Mais après, ça fait partie des aventures. Et aujourd'hui, je trouve que, ce qui m'avait justement donné envie de m'investir dans la **French Tech**, c'est ce côté-là : c'est de montrer l'exemple, par l'exemple justement, on va s'en sortir. Et que, nous, quand on a créé, il n'y avait pas de Business Plan, il y avait rien quasiment. Il n'y avait quasiment aucune documentation sur l'entrepreneuriat : c'était des cours qui étaient donnés par des universités. Il fallait aller à **Harvard** etc. pour entendre parler d'entrepreneuriat. Il y avait encore beaucoup de choses qui étaient complètement de l'ordre du secret. Et quand il y a eu plein de choses, plein d'outils qui ont commencé, des blogs qui ont diffusé ce savoir et qui l'ont rendu dans du bien commun, c'est là où on s'est dit « oui effectivement, enfin il y a des choses qui se passent ! ». Et pour moi, la **French Tech** c'était ça : c'est le fait de pallier à ce dont on a manqué, et de se dire « comment est-ce qu'on peut aider aussi les autres à faire une levée de fonds, par exemple ? Qu'est ce que ça veut dire ? Comment on se prépare à mobiliser des gens autour de nous pour réussir ? ». Parce qu'on ne réussit jamais tout seul ! Voilà. Et ça, c'est une véritable culture à acquérir, à adopter. C'est un peu, passer de cet état où on est un sportif de haut niveau, où on s'entraîne vraiment tout seul, et se dire qu'avec son premier recrutement, le deuxième, le troisième, on ne se duplique pas dans les autres. C'est à dire que ce n'est pas parce qu'on choisit la meilleure recrue, que du coup tout va bien se passer. Il faut lui donner du temps, lui consacrer du temps, lui donner beaucoup, lui transmettre en fait cette culture-là, pour que lui-même s'approprie aussi le projet, et qu'il devienne un intrapreneur.

#### IV. L'aspect commercial dans la création d'une entreprise innovante

**Donc on va revenir à Nelis, donc produit innovant, service innovant, il y a un maillage d'innovation. Comment ça se passe au niveau commercial ?**

Alors un niveau commercial, parmi les erreurs, nous on s'est lancé beaucoup trop tôt. C'est à dire qu'en 2005, lancer un outil qui était dans l'interaction avec des clients, c'était assez complètement fou, puisque, rien que technologiquement parlant, les outils n'étaient pas assez solides ou fiables pour le faire. Donc c'est là où ça a été la force de Philippe Rossi. Et puis, petit à petit après, Philippe a enclenché des refontes de l'architecture, qui ont permis d'aller davantage vers du participatif.

Mais commercialement, c'est très compliqué d'arriver trop tôt sur le marché. Et il y a toute une phase, où vous parlez de l'entreprise collaborative... enfin il y a encore de ça cinq ans, où la transition numérique n'avait pas été opérée par les grands comptes, où le *cloud computing* faisait très très peur : le fait d'avoir des sites hébergés, le fait d'avoir un abonnement... On avait encore des CD-ROM, limite, il y avait des gens qui

venaient d'abandonner la disquette. Pour remettre dans le contexte, on était beaucoup trop visionnaire, et ça nous a desservi. Chose où maintenant, heureusement on a eu cette chance de bien s'entourer, et donc on a réussi à tenir, et il y a des clients qui sont là depuis le départ, et qui nous suivent.

Donc commercialement, ce qui a fait la réussite, ça a été de trouver le juste moment, et de continuer à travailler son produit, pour toujours prendre en compte les innovations, faire en sorte de mettre l'humain au centre du logiciel, puisqu'on prône l'expérience utilisateur.

On prône le *design thinking*, c'est des méthodes de travail qui permettent vraiment de centrer sur : quels sont les besoins de nos utilisateurs, de les observer, et de se mettre derrière eux par moment pour comprendre ce qui leur pose problème. Et ces méthodes (aujourd'hui qui sont rendues accessibles, mais il y a quelques temps c'était encore innovant) ont permis effectivement d'avoir un produit, et permettent d'avoir un produit constamment à la pointe de ce qui se fait, c'est à dire qu'on anticipe toujours l'utilisation. On est toujours dans l'observation pour anticiper les choses. Là, typiquement, on en vient à travailler beaucoup plus sur de la prédictivité, sur sa manière de gérer son carnet d'adresses, pour se dire « tel contact connaît untel, connaît untel... ça fait un moment que je n'ai pas eu de relation avec cette personne, qui est ambassadrice, il faudrait peut-être que je reprenne contact avec elle ». Et je crois beaucoup à ça, c'est à dire qu'on va prédire davantage : au niveau commercial, qu'est ce qu'il va falloir enclencher comme action ? Et on va permettre aux commerciaux de ne plus être des personnes qui sont juste là pour venir faire le discours commercial. On va leur donner davantage d'outillage, pour leur donner : « si tu passes par cette personne-là, tu vas faciliter ton travail. Là, regarde, ils sont en train de faire une levée de fonds, ça veut dire que c'est des indicateurs pour toi, dans la façon dont tu vas approcher, tu vas pouvoir les féliciter, les récompenser. » C'est un travail qui est différent.

**Dernière question : quels conseils pourrais-tu donner à un jeune porteur de projet ?**

Pas qu'un jeune ! Non mais je dis ça, parce qu'au Startup Weekend qu'on organise, il y a souvent des personnes qui viennent sur la création d'entreprise, et qui ne sont pas juste des jeunes. C'est important.

**Tu as raison. Alors je vais reposer ma question : quels conseils pourrais-tu donner à un porteur de projet, quelque soit son âge, et qui n'a pas encore pris la décision de se lancer ?**

C'est de ne pas avoir peur de prendre des risques. Jacques Brel disait ça d'ailleurs : il est urgent d'être imprudent et il faut savoir prendre des risques. Et je pense que c'est ça, c'est ce côté : tout le monde a le droit, à un moment donné, de se dire « j'ai envie de participer, j'ai envie d'apporter ma contribution », même si c'est minime, puisque j'ai pas du tout la volonté de dire que je change tout le monde. Mais en tout cas, le fait de me dire qu'il y a 450 000 utilisateurs qui utilisent notre solution au quotidien, qui permettent d'avoir de meilleures relations au travail, c'est quelque chose qui est valorisant, en tout cas pour soi. Au début, ils étaient juste un ! Mais on commence petit, et voilà.

Alors je dirais que les conseils, ça serait : de bien s'entourer ; avoir des mentors ; aller rencontrer énormément de gens, parce que quand j'ai commencé, je n'avais aucun carnet d'adresses. Philippe Rossi avait plus de carnet d'adresses que moi, mais, commercialement parlant, on est vraiment parti de zéro. Et je pense que c'est le point clé. C'est cette partie-là : c'est de savoir détecter quel sont les influenceurs sur son marché, d'aller rencontrer un maximum de gens, parce que c'est dans la rencontre qu'on se découvre, qu'on se développe. Il faut savoir se développer personnellement, parce que le métier de chef d'entreprise et d'entrepreneur, pour le coup, c'est comme un chef d'équipe : il a besoin de toujours apprendre, de toujours se remettre en question, de valoriser les autres, mais aussi de savoir faire face à l'adversité. Il faut quand même rappeler que, ce qui n'est pas très glorieux quand on est entrepreneur, c'est qu'on a un statut très précaire. Donc, il faut pouvoir aussi anticiper sur sa situation financière, parce qu'emprunter, ça devient vite très compliqué. Il y a des mois où on ne se paye pas, mais par contre on va payer l'équipe. Donc c'est aussi des choses qui ne sont pas faciles à gérer.

**OK. Merci beaucoup Katia.**