

Introduction

Q : Quelle est la responsabilité et l'influence des petites entreprises dans l'économie et la société françaises ?

L'histoire de l'entreprise

Have A Nice Day est une petite boutique dans une petite rue proche de la rue Foch et l'arc de Triomphe à Montpellier. Montpellier est une ville qui préfère les petites boutiques privées. Il y a un seul centre commercial au centre-ville, ce qui représente le goût montpelliérain pour trouver des choses uniques. Donc, Montpellier est un lieu où de nombreuses petites entreprises prospèrent. Have A Nice Day est un espace très minuscule mais il y a beaucoup de caractère dans la sélection d'articles à vendre. Virginie, qui est la propriétaire de la boutique, choisit les biens et les marques avec beaucoup d'attention. La plupart des choses à vendre dans la boutique sont des vêtements. Elle choisit des marques comme « Les Petits Hauts » et « Jane Blue » parce qu'elle aime ces marques et elle veut que sa boutique soit une représentation de ses goûts. Elle veut aussi que les clients ont d'accès aux marques de la qualité. Pour les choses comme les bijoux et des petits accessoires, elle cherche des marchands et des artisans locaux. Pour ces raisons, la boutique est très unique.

La propriétaire, Virginie, est une entrepreneuse à Montpellier. Elle est originaire de Paris, mais elle a fait des vacances à Montpellier avec sa famille pendant quelques années. Après sa carrière dans les ressources humaines, elle a décidé d'atteindre son objectif d'ouvrir une boutique de mode. Elle a choisi Montpellier à cause de la multitude de boutiques qui existent déjà à Paris. À Paris, il y a beaucoup de concurrence entre les boutiques donc il est difficile pour quelqu'un de réussir dans le marché. Virginie adore la mer et la météo à Montpellier donc quand elle a trouvé

cet espace c'était parfait. La rue Foch est une des rues les plus importantes à Montpellier. C'est là où se trouve les hautes boutiques qui ont la réputation de luxe. Have A Nice Day a la réputation d'un luxe subtil, avec des prix modérés à chers. Pendant mon stage il y a eu trois employées, moi, Virginie, et l'autre jeune fille avec qui j'ai parfois travaillé, Cammy. Elle est étudiante à l'Université de Montpellier dans la ville, et elle étudie les affaires tout en faisant un stage à la boutique. Elle a obtenu le stage en communiquant avec Virginie et lui a dit qu'elle souhaitait apprendre à gérer une boutique et qu'elle voulait en apprendre davantage sur le merchandising.

L'entreprise Aujourd'hui

J'ai effectué de nombreuses tâches différentes à la boutique et chaque jour pouvait être différent de celui d'avant. J'ai aidé Virginie avec l'organisation du stock. Il y a un système de stock pour les vêtements en fonction de la saison. Quand les articles d'hiver sont « hors saison » nous marquons des pièces en solde. Les pièces qui ne sont pas soldées, sont renvoyées aux distributeurs. Aussi, J'ai aidé les clients à trouver les tailles et les styles qu'ils cherchaient. Quand Virginie a reçu des nouvelles pièces j'ai exposé sa nouvelle marchandise dans les vitrines et dans la boutique. Elle a passé une commande importante pour de nouveaux bijoux avec la créatrice de bijoux locale « Mila Créations. » Quand les nouveaux bijoux sont arrivés, nous avons dû décider où mettre les bijoux afin que les clients les remarquent. Le meilleur endroit était la fenêtre où nous avons utilisé un tissu de couleur vive pour attirer l'attention sur les nouvelles pièces. De plus, j'ai pris des photos pour les réseaux sociaux de la boutique. Virginie avait comme but d'améliorer son marketing en ligne, et je lui ai donné des conseils

particulièrement avec Instagram. J'ai trouvé des gens qui habitaient à Montpellier et qui avaient beaucoup de followers Instagram qu'elle peut contacter avec une proposition de collaboration.

J'ai eu l'opportunité de regarder et de participer aux différentes réalités de la gestion d'une petite entreprise en France. J'ai pu observer la différence entre le travail américain et l'équilibre de la vie par rapport au travail français et l'équilibre de la vie. Les deux cultures sont très différentes en ce qui concerne la manière dont les deux côtés de la vie personnelle interagissent. Aux États-Unis, je trouve que les gens aiment garder le travail et la vie à la maison séparés, et ils ont l'idée que les deux sont en conflit. En France, j'ai remarqué qu'il y a moins de stress lié à l'interférence de son travail avec sa famille et ses relations. Par exemple, le petit ami de Virginie a visité et apporté quelques fournitures pour aider à réorganiser les bureaux. Plus tard, un des amis de Virginie est venu à la boutique et les trois ont pris des cafés et ont fait une pause pendant l'après-midi. Je comprends que c'est peut-être plus courant pour les petites entreprises que pour les grands bureaux, mais cela m'a surprise, à quel point la journée de travail était détendue et qu'il était facile de passer du temps avec les amis et la famille.

J'ai appris comment les petites entreprises en France ont la possibilité d'être beaucoup plus inimitable et flexible pour les propriétaires. Par exemple, Virginie devait emmener sa fille chez le dentiste le lundi après-midi, et comme elle était propriétaire de son propre magasin, elle pouvait simplement fermer le magasin et revenir après une heure. Aux États-Unis, cela aurait été très différent en raison de notre culture du travail. J'ai l'impression qu'un propriétaire de magasin aux États-Unis ne serait pas à l'aise de fermer le magasin pendant les heures d'ouverture. La culture du travail aux États-Unis n'a pas les mêmes loisirs qu'ici en France.

J'ai aussi observé le grand nombre de touristes qui venaient à Montpellier et qui venaient même à la boutique. La majorité était anglaise, allemande et espagnole. Je n'ai pas été surprise

par les touristes espagnols, car il est si facile de se rendre à Montpellier depuis l'Espagne, et les Anglais n'ont pas été une surprise non plus puisqu'il y a un vol direct de Marseille. J'ai été très choqué par le nombre d'Allemands. Je pourrais dire qu'il y avait une différence entre la culture de magasinage française et la façon dont ces touristes magasinait. Beaucoup d'Anglais et d'Allemands ont été très rapides pour ramasser les morceaux et les essayer, où les acheteurs français et espagnols étaient plus susceptibles de prendre beaucoup de temps pour choisir ce qu'ils aimaient. Ils étaient aussi plus susceptibles de discuter de leurs opinions avec leurs amis ou même avec Virginie et moi, mais les Anglais et les Allemands étaient très calmes. Cela pourrait aussi être parce qu'ils ne parlaient pas très bien français.

Virginie est une propriétaire avec des idéaux forts qu'elle intègre dans chaque décision. Chaque article dans son magasin doit être respectueux de l'environnement et dans le style spécifique de son client. Elle achète des bijoux pour la boutique d'un artiste et fabricant local de bijoux. Son entreprise s'appelle Mila créations, et elle apporte ses pièces aux propriétaires de petites entreprises afin qu'ils puissent choisir et commander quels colliers, bagues, bracelets ou boucles d'oreilles qu'ils veulent vendre. Il était intéressant d'observer la manière dont Virginie a décidé quelles pièces elle voulait acheter. Il y a des styles qu'elle aimait mais elle a dit qu'ils ne sont pas les styles que ses clients aimeraient. Les normes de la négociation et de l'achat, ainsi que des interactions entre Virginie et Mila, étaient un peu différentes de ce à quoi je m'attendais . Virginie était beaucoup plus franche quand elle n'aimait pas une pièce et était prompte à rejeter les efforts de Mila pour la persuader.

Virginie est très préoccupée par les marques qu'elle porte dans son magasin, mais aussi celles qu'elle achète pour elle-même et ses enfants. « Fast Fashion » est un grand problème dans l'industrie de la mode aujourd'hui. C'est quand les marques produisent leurs vêtements ou leurs

produits pour une petite somme d'argent en utilisant des systèmes qui sont mauvais pour l'environnement ou inhumains pour les travailleurs étrangers. Virginie m'a dit qu'elle n'achèterait pas la marque Zara parce qu'elle n'aime pas la façon dont ils produisent leurs produits. Elle choisit de vendre la marque « Jane Blue » dans sa boutique parce que c'est une marque française de bonne qualité. Bien qu'elles soient plus chères, elle croit que le prix est justifié parce qu'elles sont écologiques et durables. "La mode rapide" est un problème unique car, bien qu'il soit facile pour Virginie et moi de la rejeter et d'acheter des marques qui utilisent de mauvaises pratiques... tout le monde n'a pas ce luxe. Les marques comme Zara existent parce que tout le monde n'est pas en mesure de se permettre les marques durables coûteuses. Par conséquent, c'est un problème qui influence toute l'industrie et dont la solution n'est pas facile.

Points à Retenir

L'une des premières choses que j'ai apprises en travaillant dans une petite boutique en France est que les petites entreprises ont plus de liberté d'établir les règles pour leurs entreprises. C'est la même liberté aux États-Unis, mais la culture française est encore plus détendue en ce qui concerne les pratiques commerciales. Aux États-Unis, les entreprises ont un sentiment d'urgence plus fort de rester ouvertes le plus longtemps possible pour gagner plus d'argent en une journée. Alors qu'en France, les propriétaires de petites entreprises sont plus motivés en faisant ce qu'ils aiment. Ils aiment leur travail comme une partie de leur vie plutôt que de se concentrer uniquement sur leur travail. La propriétaire, Virginie, a décidé de fermer le magasin pour un week-end parce qu'elle voulait passer du temps à la plage. Elle ne craignait pas de perdre des profits potentiels, elle voulait juste profiter de son week-end.

De plus, les petites entreprises avaient la liberté d'éviter d'être forcées de fermer en raison des manifestations constantes. Pendant mon semestre à Montpellier, il y a eu de nombreuses grèves pour protester contre la décision du gouvernement de relever l'âge de la retraite. En France, les citoyens qui travaillent pour le gouvernement ont le droit de grève et n'ont pas à recevoir la permission de leurs patrons de ne pas aller au travail. C'est difficile pour les entreprises nationales parce qu'elles doivent souffrir sans leurs employés et perdre des affaires, mais elles n'ont pas le pouvoir de les arrêter. Il y a des jours quand les grandes entreprises ferment pendant des jours des grèves. Les petites entreprises comme Have A Nice Day, ont le pouvoir de décider quoi faire le jour d'une grève.

J'ai appris que les petites entreprises à Montpellier ont eu deux grandes responsabilités qu'ils étaient passionnés. La première responsabilité était de supporter des autres petites entreprises dans la ville. Le prix de location au centre-ville à Montpellier est très cher donc une boutique doit être prospère afin de pouvoir payer le loyer. La lutte pour les petites boutiques dans une vieille ville comme Montpellier, est d'être remarqué ou trouvé. Les rues sont très petites et étroites donc c'est difficile pour les boutiques de gagner attention quand ils sont cachés sur des rues isolées. Les cheffes des boutiques ont réalisé qu'ils doivent s'aider mutuellement. Ils font la promotion des magasins de l'autre et participent à des réunions de dirigeants de petites entreprises. Ils se vendent même des créations, par exemple ma patronne Virginie a acheté des bijoux pour la boutique d'un artiste et fabricant local de bijoux et en échange, l'artiste a fait la promotion de la boutique auprès d'autres vendeurs. La ville de Montpellier prospère grâce aux petites entreprises qui réussissent parce qu'elles aident le tourisme et la commerce de la ville, donc c'est très important que la coopération entre les petites boutiques et artistes continuer.

La deuxième responsabilité est de promouvoir des pratiques commerciales durables, contrairement aux grandes entreprises qui produisent des produits en masse. Pendant mon expérience dans la boutique, la propriétaire Virginie s m'a révélé le grand problème de la mode rapide. La mode express ou la mode jetable, est un segment d'industrie des vêtements et textiles qui crée très rapidement des produits à vente. Typiquement, les entreprises contrôlent tout le processus de production de la création à l'achat. Ils sourcent les tissus, contrôlent les usines de fabrication, et le transport aux magasins. La mode express a des cycles extrêmement courts pour les collections. Traditionnellement, il y a seulement 2 collections par an ; automne/hiver et printemps/été. Mais avec la mode express, il y a 14 à 24 collections par an parce qu'ils lancent une nouvelle collection tous les 2 à 14 semaines. De plus, la mode jetable est caractérisée par l'optimisation de chaque étape de production. Les entreprises choisissent les désignes, les tissus, les modes de la production le plus économique. Mais ces choix sacrifient la qualité.

Les petites boutiques comme Have A Nice Day, ont l'opportunité de choisir les marques responsables qui utilise des modes de production durables. C'est une unique opportunité parce que les grands magasins préfèrent de vendre des pièces avec les prix les plus bas. Mais dans les petits magasins locaux peuvent éduquer leurs consommateurs aux avantages de l'achat de marques durables et aux nombreuses façons dont ils aident la planète, l'économie et la population.

Le Futur

La boutique Have A Nice Day a un avenir prometteur. Avec l'augmentation de la demande de marques produites localement et de consommateurs conscients, les petites entreprises ont un rôle important dans la société française. A la fin de mon stage j'ai aidé

Virginie avec les idées et stratégies pour le marketing en ligne. Nous avons décidé que les médias sociaux seraient la meilleure façon de communiquer avec ses clients. Un moyen facile et efficace de grandir la présence d'une petite boutique comme Have A Nice Day et d'utiliser des bloggeurs et influenceurs. J'ai recommandé que Virginie contacte des influenceurs influents sur Instagram et Facebook, les deux plus grandes plateformes de médias sociaux pour les petites entreprises à Montpellier. J'ai créé une liste des influenceurs avec beaucoup des adeptes qui Virginie peut contacter avec une offre de collaboration pour augmenter l'influence de la boutique. Les réseaux sociaux sont des importantes utiles pour les petites entreprises de connecter avec les clientes. C'est populaire pour les boutiques aux États Unis de créer une compétition pour leurs adeptes de gagner un prix. C'est une opportunité d'engagement et du marketing. Je pense que Have A Nice Day devrait faire un "giveaway" sur Instagram. La boutique publie des articles qu'ils donneront au gagnant. Pour participer au concours, les clients doivent suivre le compte Instagram et republier l'image sur leurs propres comptes. C'est une stratégie du marketing qui est simple mais effective parce que les clientes faisant de la publicité gratuite quand ils republient les images de la boutique.

Une autre façon que les petites entreprises peuvent utiliser pour augmenter leurs nombres clients et visibilité dans la communauté est de collaborer avec des autres petites entreprises locales. Aux États Unis des petites boutiques collaborer en organisant des jours ou plusieurs des boutiques se réunir pour organiser un événement ou tous leurs produits sont présentés ensemble. Je pense que Have A Nice Day a une opportunité de bénéficier d'organiser d'un événement avec les autres boutiques locales. Les entreprises peuvent créer un environnement amusant avec la nourriture, la musique, et leurs produits. Les petites entreprises doivent s'entraider s'ils veulent

obtenir du succès. Ils ont une opportunité de créer une connexion avec la communauté et gagner de la visibilité.