

20 JUIN 2022

Bien gérer sa boutique en solo

ANTOINE HUMEAU

Comment être partout à la fois, effectuer toutes les tâches sans se laisser déborder et prendre les bonnes décisions quand on est seul à s'occuper de son commerce ? Bien gérer une boutique en solo, c'est aussi ne pas (trop) empiéter sur ses congés et sa vie personnelle. Témoignages et conseils.

Le mardi, elle traite ses mails et réceptionne les colis. Le mercredi, elle alimente les réseaux sociaux et [la plateforme de vente en ligne](#). Depuis 18 ans que Laurice Collin-Treisser tient seule son magasin, elle sait s'organiser. Gérante de la boutique de prêt-à-porter [River woods](#) à Angers, elle est aussi présidente de l'association de commerçants du centre-ville. « *Quand on est en solo, il faut être sur tous les fronts à la fois, cela demande une certaine rigueur, il faut savoir identifier ce qui est urgent et garder en tête que la priorité c'est l'accueil réservé à la clientèle en boutique* », expose Nathalie Deniau-Million, conseillère commerce à la CCI Nantes-Saint-Nazaire. Laurice Collin-Treisser fait des "to-do lists", et entre deux clientes, dans sa boutique de prêt-à-porter haut de gamme, elle effectue les tâches une à une : rappeler son assureur, téléphoner à la mairie, rentrer des articles, régler une facture, rédiger des descriptifs produits, évaluer le dernier stagiaire...



Laurice Collin-Treisser optimise son temps de travail grâce à [un logiciel de caisse performant](#) : « *A l'instant T, on regarde ce qu'on peut faire dans le réassort, où on en est dans le chiffre d'affaires etc. Et pour les inventaires, il faut avoir une douchette pour scanner les articles, qui doivent évidemment tous avoir un code-barres* ». (Photo Antoine Humeau)

Rentrer les commandes dans le logiciel, s'occuper du site internet, faire de la veille, poster des contenus sur les réseaux sociaux, changer la vitrine, tout cela prend du temps. « *On le fait un peu le matin avant d'ouvrir, entre deux clientes et le soir après la fermeture* » raconte Lucie Blanc, gérante de la boutique d'articles de puériculture [Miss Mam](#), à Antibes (Alpes-Maritimes). « *A un moment donné, alors que mon commerce commençait à marcher de mieux en mieux, j'avais trop de clientes, je n'arrivais plus à faire face* », se souvient-elle. A Clisson (Loire-Atlantique), Valérie Morin voit sa [Boutique de la Vallée](#) un

peu comme une pièce de théâtre : « *La priorité, c'est la cliente, et toute la préparation, ce sont les coulisses, cela se fait en amont, tout doit être prêt pour l'ouverture, les commandes ou la compta, cela ne doit pas empiéter sur l'accueil* ».

Comment s'organiser au quotidien sans se laisser déborder, réussir à sous-traiter, bien s'entourer... Tout en gardant un équilibre avec sa vie personnelle et familiale ? Témoignages et conseils.

S'organiser

Nathalie Deniau-Million conseille d'être bien outillé pour optimiser son organisation : avoir un bon logiciel de caisse qui délivre les statistiques de vente, les marges, les stocks, qui permette de définir les familles de produits qui performant le plus afin d'anticiper les stocks. « *On gagne du temps avec cela, appuie Laurice Collin-Treisser : à l'instant T, on regarde ce qu'on peut faire dans le réassort, où on en est dans le chiffre d'affaires etc. Et pour les inventaires, il faut avoir une douchette pour scanner les articles, qui doivent évidemment tous avoir un code-barres* ».

L'organisation, c'est aussi savoir planifier : « *Il y a des rendez-vous ponctuels, le 19 de chaque mois par exemple il faut que tout soit prêt pour la TVA, et les deux grandes collections c'est deux fois par an, il faut choisir en amont* », raconte Valérie Morin. Elle aimerait bien aussi trouver le temps de se former aux réseaux sociaux, mais « *il faut faire cela sur les moments de congés !* ».

Travailler même en congés

Quand on est seul dans son magasin, on ne peut pas s'absenter pendant les heures d'ouverture, alors on sacrifie les congés. Le lundi normalement c'est jour de repos pour Laurice Collin-Treisser. Mais bien souvent, la gérante de **River woods** est à la banque, chez son comptable ou chez les fournisseurs pour passer ses commandes. A Thouaré-sur-Loire, [l'Épicerie Clémentine](#) est ouverte le dimanche, alors « *on ne peut jamais aller déjeuner chez des amis* », soupire sa gérante Florence Gawronski. Pas question non plus de prendre des vacances pendant les fêtes de fin d'année où les journées sont « *très denses* » pour cette boutique de thés. Quand on est seul, « *on n'a pas le droit d'être malade* », regrette-t-elle encore. Son mari, le dimanche matin, vient souvent lui prêter main forte.



Florence Gawronski, gérante de l'Épicerie Clémentine, spécialisée dans les thés : « *Quand on est seul, on n'a pas le droit d'être malade* ». (Photo DR)

Attention toutefois à ce que l'activité commerciale n'empiète pas trop sur la vie personnelle « *sinon c'est la spirale* », met en garde la [Carole Rapin](#), Consultante auprès des entrepreneurs et commerces de proximité « *Il faut se préserver de vraies coupures, éviter de rapporter de la compta chez soi, savoir se définir des moments de congés et de vacances* ».

Sous-traiter

Pour faire face au surcroît de travail et mieux gérer son temps, déléguer ce que l'on n'aime pas faire ou ce que l'on ne fait pas bien peut être une solution, quand on est seul. « *Beaucoup de commerçants n'aiment pas sous-traiter certaines tâches alors qu'ils trouvent normal de payer un comptable, s'étonne Carole Rapin. Il y a bien d'autres volets comme le conseil stratégique, la gestion d'un site internet ou l'animation des réseaux sociaux qui peuvent être sous-traités* ». C'est ce qu'a fait Lucie Blanc, à Antibes, qui a fait appel aux services de **Solutions Boutiques** pour la former sur les réseaux sociaux et pour son site internet. Mais pour sous-traiter, encore faut-il avoir un peu de réserve financière.

Préparer son installation

Toutes ces questions, il convient d'y réfléchir attentivement avant de se lancer dans une activité en solitaire. Quand elle a repris la **Boutique de la Vallée** où elle était salariée, il y a trois ans, Valérie Morin, qui avait « *le profil d'une indépendante* », ne craignait pas de se retrouver seule dans son magasin.

D'autres épreuves doivent être bien soupesées. « *Dès le premier jour d'ouverture de la boutique, tous les sujets administratifs doivent être bouclés afin d'être à 100% à son activité* », met en garde Nathalie Deniau-Million. A Antibes, l'ancienne attachée de presse Lucie Blanc s'est confrontée à de complexes démarches administratives, quand elle a lancé sa boutique de vêtements de grossesse et articles de puériculture **Miss Mam**. « *Il fallait un numéro de TVA pour avoir mes premières commandes, et pour cela il fallait que ma société soit créée, mais pour créer une société, il faut du stock* » s'amuse-t-elle. Nathalie Deniau-Millon conseille d'aller voir plusieurs experts comptables avant de démarrer.

Savoir s'entourer

Dès le départ, Lucie Blanc s'est inscrite au Syndicat des indépendants (SDI) et s'est investie dans une association de commerçants. « *C'est primordial de savoir s'ouvrir, de bien s'entourer*, appuie Nathalie Deniau-Million. *Les commerçants qui gèrent seuls leur boutique apprécient d'être maîtres chez eux mais parfois ils ont tendance à s'enfermer, à ne pas s'ouvrir suffisamment, et passer parfois à côté d'informations importantes* » regrette la conseillère commerce. S'entourer, c'est adhérer à des clubs (e-commerce, seconde main, ...), s'abonner aux newsletters professionnelles ou encore s'inscrire à des ateliers, voire à des formations. « *Lorsque l'on se déplace chez un fournisseur, pourquoi ne pas se faire accompagner d'une personne qui correspond à la cible, pour mieux choisir ses articles ?* » suggère encore la conseillère commerce de la CCI.



Lucie Blanc, gérante d'une boutique d'article de puériculture à Antibes : « *A un moment donné, alors que mon commerce commençait à marcher de mieux en mieux, j'avais trop de clientes, je n'arrivais plus à faire face* ». Pour son site internet, elle a décidé se former. (Photo DR)

Dans la région nantaise, Carole Rapin elle-même gérante d'un magasin, vient de créer un club de commerçantes indépendantes qui gèrent toutes leur boutique en solo. L'occasion d'échanger autour de préoccupations communes. *« Cela nous permet de nous poser des petites questions, de nous auto-motiver, témoigne Valérie Morin, l'une de ses membres. Il y a des expériences qui résonnent avec la mienne, qui m'apportent un éclairage »*. Laurice Collin-Treisser, elle, crée régulièrement des apéros entre commerçants, avec son association Vitrites d'Angers.

S'appuyer sur son comptable

Pour le conseil au quotidien, le comptable est souvent précieux. *« Il m'aide pour toutes les questions économiques et sociales »*, raconte Florence Gawronski, gérante depuis six ans de **l'Épicerie Clémentine**. *« Il m'aide pour les démarches administratives liées au chômage partiel de mes apprentis et il me conseille sur mes volumes de stocks par exemple »*. Le comptable fait parfois un peu figure d'alter égo. *« Il est la personne sur qui je m'appuie le plus, surtout sur les investissements à faire, témoigne Marc Mothé, gérant de la cave à whiskys [Whisky district](#) à Angers. Il me conseille pour mes investissements et la gestion de mes stocks parce que j'ai tendance à beaucoup commander pour dégager la meilleure marge »*.

De son côté, Valérie Morin se sent parfois un peu seule dans sa boutique de Clisson. Si elle est aidée dans sa gestion au quotidien, *« l'expert-comptable une fois par an, ce n'est pas suffisant pour les décisions stratégiques »* témoigne-t-elle. Lorsqu'il s'agit de passer commande en février pour la collection de l'hiver suivant, faut-il choisir une livraison en août ou en septembre ? Et comment optimiser les sorties d'argent pour lisser les entrées et sorties de TVA ? *« Il faut choisir un expert-comptable qui soit adapté à son secteur d'activité et à la taille de son entreprise, préconise Nathalie Deniau-Millon. Il est là pour donner des orientations sur ce qui va venir en s'appuyant toujours sur l'historique, il peut aider à la décision en cas de développement de l'entreprise ou en cas de coup dur, ou bien lorsqu'il s'agit d'embaucher »*.

Faire appel à un assistant

Le recours à un stagiaire ou apprenti peut être un moyen d'atteindre un objectif (se dégager du temps, apporter des idées neuves, ...). Marc Mothé a déjà eu quatre stagiaires dans sa cave à whiskys. *« Quand ils sont là cela m'enlève une petite charge de travail pour la mise en rayon ou la caisse, le samedi matin »*. Le problème des stagiaires, c'est que *« cela prend du temps de les former et quand on a un commerce de 20 m2 on ne peut pas être deux ! »*, pointe Lucie Blanc. Avoir un stagiaire ou un apprenti, cela nécessite de consacrer du temps d'accompagnement. *« C'est un gain de temps sur le long terme »*, tranche Laurice Collin-Treisser.



Pour la prise de décisions, **Marc Mothé**, gérant d'une cave à whisky, s'appuie sur son comptable : *« Il me conseille pour mes investissements et la gestion de mes stocks parce que j'ai tendance à beaucoup commander pour dégager la meilleure marge »*. (Photo Antoine Humeau)

« Il ne faut pas prendre un stagiaire en se disant que cela fera de la main d'œuvre à pas cher, cela doit toujours se faire dans une logique gagnant-gagnant, met en garde Nathalie Deniau-Million. En hôtellerie-restauration, les apprentis c'est très bénéfique et en commerce pur et dur, cela peut être un bon premier pas avant une éventuelle embauche plus pérenne ».

Se fixer des objectifs

La prise de décision, justement, c'est l'un des sujets épineux de la gestion en solo. *« Un vrai problème »*, commente Carole Rapin. Comment mettre en valeur ses collections dans la boutique, choisir les articles à commander, décider quand passer la commande ou comment communiquer sur les réseaux sociaux, chaque jour, ce sont de multiples petites décisions à prendre. *« Pour le choix des collections c'est super compliqué parce que trois quarts des achats sont faits six mois à l'avance, et ce choix doit être fondé à la fois sur une approche émotionnelle et sur une approche financière, très rationnelle »*, témoigne Valérie Morin, qui se fait aider par une *« super amie très pointue sur la mode »*.

Et puis il y a les décisions stratégiques, celles qui décident de l'avenir de la boutique, et qui nécessitent de se poser, surtout quand on est seul. *« Il faut définir ses priorités, c'est cela la question essentielle »*, insiste Carole Rapin. *« L'objectif premier c'est le client car sans lui il n'y a pas de commerce. Il faut donc travailler la relation client et la vente pour augmenter le chiffre d'affaires et tout découle ensuite de cela »*, assure la consultante en stratégie de développement. *« Un objectif doit être chiffré et mesurable, cela peut être d'augmenter le CA de 10% en un an, cela peut être aussi de lancer une newsletter hebdomadaire ou de se fixer tant de jours de congés »*. Une fois les objectifs fixés, certains projets vont émerger, d'autres tomberont à l'eau. *« Ce n'est pas la peine de lancer un site e-commerce si la boutique ne va pas bien, par exemple »*.