

**RADIA AYAD,**  
co-fondatrice  
de EReputation defender



© Radia Ayad

Radia Ayad a lancé son entreprise en 2015 après plusieurs années à réfléchir sur son projet.

## “J’AI EFFECTUÉ UNE VEILLE POUSSÉE DU SECTEUR *avant de me lancer*”

Ancienne ingénieure informatique travaillant notamment à la Banque de France, Radia Ayad se lance à son compte en 2013 dans le domaine de la e-reputation dédiée aux entreprises. Au départ, l'entrepreneure visait une clientèle également de particuliers mais a dû affiner son projet.

**C**'est en allant aux États-Unis en 2007 que Radia Ayad découvre le marché de la e-réputation. *“Un secteur très développé outre-Atlantique, indique-t-elle. Je me suis dit qu'il pouvait être intéressant de proposer en France une solution accessible pour tous, tant pour les grosses sociétés que pour les petites entreprises (PME, PMI, TPE) mais aussi les particuliers.”* À l'époque, Radia Ayad est salariée, en tant qu'ingénieur informatique à la Banque de France. Elle commence à se pencher sur son projet et créer sa société, Ereputation defender, en 2015.

### SE FOCALISER SUR LES PETITES STRUCTURES

Si l'idée de départ de Radia Ayad était de s'adresser à une cible de professionnels et de particuliers, elle s'est rapidement rendu compte, lors de son étude de marché, que cela serait plus compliqué que prévu. *“L'offre particulier allait être difficile à mettre en place car de grosses structures étaient déjà présentes et il était difficile de proposer une offre différenciante, analyse Radia Ayad. Même chose pour les grandes entreprises qui ont les moyens de payer des agences qui gèrent leur e-réputation.”* Sur ce constat, l'entrepreneure

s'est focalisée sur les petites entreprises afin de leur proposer quatre services (audit de la visibilité de leur e-réputation; service de community management, des ateliers de formation pratique et des interventions ponctuelles de suppression de contenu). *“Je voulais offrir aux petites entreprises la même force de frappe qu'aux plus grandes, avec les mêmes méthodes mais à un coût accessible”,* indique Radia Ayad.

### UN TRAVAIL DE LONGUE HALEINE

Affiner sa cible fut un vaste chantier pour la créatrice d'entreprise puisqu'elle a effectué son étude de marché durant trois ans. *“J'étais encore salariée à l'époque. Je faisais donc cela sur mon temps libre”,* précise Radia Ayad. Une durée pendant laquelle l'entrepreneure a effectué une analyse poussée de la concurrence. *“Il a fallu étudier l'ensemble du marché européen pour détecter la bonne cible. J'ai fait une veille assez longue du secteur avant de me lancer, se rappelle Radia Ayad. Si l'idée a commencé à germer dans mon esprit dès 2007, j'ai pris la décision de me lancer en 2013 et j'ai créé mon activité l'année dernière.”* ■

# Supplément

OCTOBRE - NOVEMBRE 2016

est édité par **Groupe Courrier Cadres**  
(société Cadres et Dirigeants Interactive)  
SASU au capital de 5 259 659,00 euros  
RCS PARIS 532 425 279  
**100, rue La Fayette 75010 Paris**  
**Tél. : 01 84 16 56 60 - Fax : 01 84 16 56 61**  
Code A.P.E. : 5814 Z

Numéro de commission paritaire : 1119 T 83914  
Numéro ISSN : 02206994  
Impression : Imprimerie LÉONCE-DEPREZ  
Dépôt légal : à parution  
Diffusion : MLP

Courrier électronique : info@courriercadres.com  
Courrier électronique par service :  
• Rédaction : courriercadres@courriercadres.com  
• Abonnements : abo@courriercadres.com  
• Fabrication : fabrication@courriercadres.com  
• Web : web@courriercadres.com

**DIRECTION**  
Gérant et Directeur de la publication :  
Laurent MINAUD  
Rédactrice en chef : Aline GÉRARD

**RÉDACTION**  
Aline GÉRARD, Julie TADDUNI,  
Innocentia AGBE, Marie ROQUES,  
Camille BOULATE

**RÉALISATION**  
Direction artistique :  
Éric LARDENOIS  
Maquette :  
Éric LARDENOIS, Sara LARDENOIS

Crédit photo :  
Shutterstock, hors mention contraire.

**JOURNALISTE REPORTER D'IMAGES**  
Mickaël ICARD

**PUBLICITÉ**  
Régie :  
Aïssa EL OUNI  
aïssa.elouni@courriercadres.com  
Tél. : 01 84 16 56 81 - Fax : 01 84 16 56 61

**COMPTABILITÉ & ADMINISTRATIF**  
comptabilite@courriercadres.com

**SERVICE ABONNEMENT**  
OCIFAM / COURRIER CADRES :  
100, rue Lafayette - 75485 Paris cedex 10  
Tél. : 01 85 34 71 00  
abo@courriercadres.com

**GESTION & MARKETING DE LA DIFFUSION**  
Bo Conseil  
Directeur : Otto BORSCHA  
oborscha@boconseilame.fr  
Tél. : 09 67 32 09 34

Ce supplément gratuit "CRÉATION  
D'ENTREPRISE : Mon projet est-il porteur ? -  
Le Nouvel Entrepreneur" est distribué avec  
les magazines *Courrier Cadres 105* (octobre/  
novembre 2016), *Rebondir 234* (novembre/  
décembre 2016), et *L'Officiel de la Franchise*  
*165* (octobre 2016).

Copyright : "Courrier Cadres" - Toute reproduction  
d'articles ou de dessins, sur tous supports y compris  
Internet, doit faire l'objet d'une demande écrite auprès  
de la direction du magazine. La reproduction, même  
partielle, de tout matériel publié dans le magazine  
est interdite. La rédaction n'est pas responsable de  
la perte ou de la détérioration des objets, textes ou  
photos qui lui sont adressés pour appréciation ou  
spontanément. Tous les prix indiqués dans les pages  
sont donnés à titre indicatif.

## Comment savoir si MON IDÉE D'ENTREPRISE EST PORTEUSE ?

C'est la question que tout créateur se pose dès les prémices de son projet. Pour le déterminer, il n'existe pas de recettes miracles mais des étapes essentielles à franchir comme bien cibler ses futurs clients, analyser la concurrence en effectuant une étude de marché de terrain. Surtout, en tant qu'entrepreneur, vous fier à votre instinct et suivre une idée innovante c'est bien, mais cela ne fait pas tout. De l'investissement personnel et de la motivation seront nécessaires pour qu'entreprise rime avec réussite.

Dossier réalisé par Camille BOULATE

**06 L'idée** ne suffit pas !

**08 Radia Ayad**, co-fondatrice de EReputation défendre  
*"J'ai effectué une veille poussée du secteur avant de me lancer"*

**10 Miguel Bocquier**, fondateur de la plate-forme Les entrepreneurs évolutionnaires  
*"Échanger permet d'affiner son projet"*

**12 Cibler sa clientèle**, l'étape essentielle

**14** Ne pas négliger l'étude de marché

**16 Charline Goutal**, fondatrice de Ma P'tite Culotte  
*"Au fur et à mesure, de nouvelles cibles ont émergé"*

**17 Nicolas Boureau**, co-fondateur de My Lovely Socks  
*"Effectuer une étude de marché nous aurait fait perdre du temps"*

**18** Pensez au **business plan** pour rassurer les banquiers

**20 Erwann Goullin**, co-fondateur de 727 Sailbags  
*"Les revendeurs sont essentiels pour faire connaître une marque"*

**22 Infographie** : la création d'entreprise en chiffres

# Le nouvel Création & reprise d'entreprise **entrepreneur**

Octobre/Novembre 2016 - Supplément gratuit aux magazines

COURRIER  
**cadres**  
de dirigeants

Le guide des associations  
**REBONDIA**

L'Officiel de la  
**Franchise**  
LA MAISON DE VOTRE BUSINESS EN FRANCE



MON PROJET EST-IL  
PORTEUR ?

Supplément gratuit, ne peut être vendu séparément.