

Charte qualité LesEntrepreneuses.fr

Pourquoi cette charte ?

LesEntrepreneuses.fr recommande des outils, logiciels, formations, livres, ressources, réseaux, événements, expertes, services et autres solutions utiles aux entrepreneuses.

Notre rôle n'est pas d'accumuler les références. Il est de faire le tri, de remettre chaque ressource dans son contexte et d'expliquer à qui elle peut réellement être utile.

Une bonne ressource n'est jamais « la meilleure » dans l'absolu.

Un logiciel très complet peut être excellent pour une entreprise structurée et complètement disproportionné pour une entrepreneuse qui démarre. Une formation peut être remarquable pour une débutante et trop basique pour une dirigeante expérimentée. Un réseau peut être précieux à une étape et beaucoup moins pertinent à une autre.

Notre charte qualité formalise les critères que nous utilisons avant de recommander une ressource sur LesEntrepreneuses.fr.

1. L'utilité avant tout

Une ressource doit répondre à un besoin réel.

Nous cherchons notamment à savoir si elle peut aider une entrepreneuse à :

- mieux comprendre un sujet ;
- prendre une décision ;
- développer une compétence ;
- gagner du temps ;
- réduire une charge administrative ;
- mieux piloter son activité ;
- améliorer son organisation ;
- développer sa visibilité ou ses ventes ;
- accéder à un réseau, une expertise ou une opportunité ;
- éviter une erreur coûteuse en temps ou en argent.

Une ressource peut être intéressante sans être suffisamment utile pour mériter une recommandation.

2. Une ressource doit être adaptée à un profil précis

Nous évitons autant que possible les recommandations universelles.

Pour chaque ressource, nous cherchons à comprendre :

- à quel stade de développement elle devient pertinente ;
- pour quel type d'activité ;
- pour quel niveau d'expérience ;
- pour quelle taille d'entreprise ;
- pour quel budget ;
- pour quel besoin concret ;
- dans quelles situations elle risque au contraire d'être trop complexe, trop limitée ou trop chère.

Notre objectif est de pouvoir répondre à deux questions :

Pour qui est-ce un bon choix ? et Pour qui ça ne l'est probablement pas ?

3. La qualité du produit ou du contenu

Nous examinons la qualité intrinsèque de la ressource.

Selon le cas, cela peut inclure :

- qualité du contenu ;
- ergonomie ;
- fiabilité technique ;
- profondeur des fonctionnalités ;
- qualité pédagogique ;
- expertise de l'autrice ou de l'intervenante ;
- qualité du support ;
- mise à jour régulière ;
- clarté des informations ;

- professionnalisme de l'organisme ou de l'entreprise ;
- cohérence entre la promesse et ce qui est réellement proposé.

Une belle communication ne compense pas une ressource moyenne.

4. Le rapport entre le prix et la valeur réelle

Nous ne cherchons pas systématiquement la solution la moins chère.

Nous regardons plutôt ce que la ressource apporte réellement par rapport à son coût.

Cela peut être :

- du temps gagné ;
- des économies ;
- une tâche supprimée ou simplifiée ;
- une compétence acquise ;
- une meilleure visibilité ;
- une amélioration du fonctionnement de l'entreprise ;
- un potentiel de chiffre d'affaires supplémentaire ;
- une meilleure qualité de décision ;
- une réduction du risque ou des erreurs.

Un tarif élevé peut être justifié si la valeur suit.

À l'inverse, une ressource peu chère reste trop chère si elle n'apporte rien.

5. L'usage réel compte autant que la fiche commerciale

Quand c'est possible, nous testons directement les outils et ressources que nous présentons.

Nous regardons notamment ce qui se passe une fois passée la page de vente :

- facilité de prise en main ;
- temps nécessaire pour obtenir un résultat ;
- limitations ;
- fonctionnalités réellement utiles ;
- complexité cachée ;

- qualité du support ;
- conditions de résiliation ;
- évolution des tarifs ;
- expérience après plusieurs semaines ou plusieurs mois d'utilisation.

Lorsqu'un test direct n'est pas possible, nous cherchons d'autres éléments de validation.

6. Nous croisons les avis et les sources

Une seule note ou un seul témoignage ne suffisent pas.

Lorsque les données existent, nous consultons plusieurs sources :

- Google Reviews ;
- Trustpilot ;
- plateformes d'avis spécialisées ;
- marketplaces ;
- forums ;
- communautés professionnelles ;
- Reddit ou autres espaces de discussion lorsque cela est pertinent ;
- témoignages d'utilisatrices ;
- retours directs d'entrepreneuses ;
- discussions avec des professionnelles qui utilisent la ressource.

Nous regardons notamment :

- la note moyenne ;
- le volume d'avis ;
- leur récence ;
- la cohérence entre plusieurs plateformes ;
- les critiques récurrentes ;
- les points positifs qui reviennent souvent ;
- la réponse de l'entreprise aux problèmes signalés.

Notre repère

Une note moyenne autour de 4/5 ou supérieure constitue généralement un signal positif lorsqu'elle repose sur un volume d'avis suffisant.

Mais ce seuil n'est jamais utilisé seul.

Un produit noté 4,8/5 sur 18 avis n'est pas automatiquement plus fiable qu'une solution notée 4,3/5 sur plusieurs milliers d'avis.

Nous privilégions la cohérence des signaux plutôt qu'un chiffre isolé.

7. Nous cherchons aussi ce qui ne fonctionne pas

Une recommandation utile doit montrer les limites.

Nous cherchons donc volontairement :

- les défauts récurrents ;
- les fonctionnalités manquantes ;
- les coûts supplémentaires ;
- les limitations selon les formules ;
- les problèmes de support ;
- les engagements contractuels ;
- les difficultés de migration ;
- les contraintes techniques ;
- les situations dans lesquelles la ressource devient moins intéressante.

Une ressource utile peut avoir des défauts.

Notre rôle est aussi de les rendre visibles.

8. Nous vérifions qui se trouve derrière la ressource

La qualité d'une solution dépend aussi de l'entreprise, de l'organisme ou de la personne qui la porte.

Nous vérifions autant que possible :

- l'identité de l'entreprise ou de l'organisme ;
- son ancienneté ou son expérience ;
- les informations légales accessibles ;
- les conditions générales ;
- la politique de remboursement ou de résiliation ;

- la réputation professionnelle ;
- l'expertise revendiquée ;
- la cohérence des promesses ;
- les éventuelles alertes ou problèmes récurrents.

Pour une experte, une formation ou un livre, nous regardons également l'expérience réelle de la personne dans le sujet traité.

9. Les promesses doivent rester crédibles

Nous sommes particulièrement attentives aux promesses commerciales.

Nous sommes prudentes face aux formulations du type :

- revenus garantis ;
- résultats rapides présentés comme quasi certains ;
- réussite sans effort ;
- transformation spectaculaire en quelques jours ;
- méthode universelle ;
- gains financiers sans explication des risques ou conditions.

Une ressource peut être ambitieuse.

Elle doit rester crédible.

10. La qualité éditoriale compte aussi

Cette charte ne concerne pas uniquement les logiciels et produits.

Elle s'applique aussi aux contenus que nous publions ou relayons.

Pour un article, une interview, une Parole d'Experte ou une contribution, nous regardons notamment :

- la pertinence du sujet ;
- l'expérience réelle derrière le propos ;
- la valeur apportée ;
- la précision ;

- la sincérité ;
- la capacité à nuancer ;
- la qualité des exemples ;
- la cohérence avec les besoins des entrepreneuses.

Une opinion peut être forte.

Elle doit pouvoir être argumentée.

11. Pour les réseaux féminins

Nous regardons notamment :

- la réalité de l'activité du réseau ;
- la clarté de son fonctionnement ;
- la zone géographique ;
- les conditions d'adhésion ;
- les activités proposées ;
- la fréquence des rencontres ;
- la valeur apportée aux membres ;
- la possibilité de vérifier les informations publiées.

Notre annuaire n'a pas vocation à lister des structures inactives ou opaques.

12. Pour les événements et opportunités

Un événement, concours ou appel à candidatures doit être :

- encore accessible ;
- clairement présenté ;
- pertinent pour les entrepreneuses ;
- accompagné d'informations vérifiables ;
- doté d'un lien d'inscription ou de candidature fonctionnel ;
- suffisamment transparent sur le tarif et les conditions d'accès.

Nous ne référençons pas les réunions internes ou privées comme des événements ouverts au public.

Les opérations purement commerciales sans valeur éditoriale ou professionnelle suffisante peuvent être refusées.

13. Pour les formations

Nous regardons notamment :

- le programme ;
- le niveau visé ;
- l'expertise des formatrices ou formateurs ;
- la durée ;
- le prix ;
- le format ;
- la qualité pédagogique ;
- les résultats raisonnablement attendus ;
- les retours de participantes ;
- la pertinence selon le stade de l'entreprise ;
- les modalités de financement lorsqu'elles existent.

Une formation n'est pas bonne parce qu'elle est longue ou chère.

Elle est bonne si son contenu correspond réellement au besoin de la personne qui la suit.

14. Pour les livres

Nous évaluons notamment :

- la qualité du fond ;
- la pertinence pour une entrepreneuse ;
- l'expérience de l'autrice ou de l'auteur ;
- la profondeur des idées ;
- leur applicabilité ;
- l'originalité du regard ;
- la qualité des exemples.

Nous pouvons recommander un livre sans être d'accord avec toutes ses conclusions.

L'intérêt peut aussi venir de la réflexion qu'il provoque.

15. Affiliation et partenariats

LesEntrepreneuses.fr se finance notamment grâce à l'affiliation et à des partenariats.

Cela signifie que certains liens peuvent générer une commission lorsque tu achètes ou souscris via le site, généralement sans surcoût pour toi.

Certains partenaires nous permettent également de négocier :

- codes promotionnels ;
- réductions ;
- périodes d'essai ;
- bonus ;
- avantages spécifiques pour les lectrices.

Une relation commerciale ne modifie pas les critères de cette charte.

Une ressource partenaire peut être refusée.

Une relation commerciale ne suffit jamais à faire entrer une ressource dans nos recommandations. Si une solution ne passe pas notre filtre qualité, on ne la met pas sur la plateforme.

Et à l'inverse, une ressource sans aucun partenariat peut tout à fait être recommandée si elle nous paraît plus pertinente, plus fiable ou mieux adaptée.

16. Notre test final

Avant une recommandation, une question permet de résumer l'esprit de cette charte :

Est-ce qu'on serait à l'aise de recommander cette ressource à notre propre mère si elle se lançait demain dans l'entrepreneuriat ?

En connaissant :

- son prix ;
- ses avantages ;
- ses défauts ;
- les alternatives ;
- et le profil auquel elle s'adresse.

Si la réponse est non, la ressource n'a pas sa place dans nos recommandations.

17. Une recommandation peut évoluer

- Les outils changent.
- Les tarifs augmentent.
- Les équipes changent.
- Les fonctionnalités disparaissent ou s'améliorent.
- Les formations évoluent.
- Les réseaux peuvent ralentir ou se développer.

Notre avis peut donc évoluer avec eux.

Nous mettons régulièrement à jour les informations lorsque nous identifions un changement significatif.

Une ancienne recommandation n'est jamais considérée comme acquise pour toujours.

18. Et si nous nous trompons ?

Ça peut arriver.

Une information peut devenir obsolète, une expérience individuelle peut différer de la majorité ou une entreprise peut changer après notre publication.

Si tu repères :

- une erreur ;
- un tarif obsolète ;
- une condition modifiée ;
- une information importante manquante ;
- une expérience qui mérite d'être portée à notre attention,

tu peux nous la signaler.

Nous préférons corriger une information que défendre une ancienne version par principe.

En résumé

Nous cherchons des ressources qui soient :

- utiles
- fiables
- adaptées
- transparentes
- raisonnables dans leur rapport qualité/prix
- confirmées autant que possible par l'expérience et plusieurs sources

Et surtout :

Suffisamment solides pour que nous soyons à l'aise de les recommander aux entrepreneuses qui nous font confiance.
