



L'importance d'une gestion correcte dans une organisation de tennis comment créer, développer et rester dans l'entreprise

Héctor Botella Blanco

Association de tennis de Hong Kong, Hong Kong.

RÉSUMÉ

La gestion d'une entreprise de tennis doit prendre en compte différents éléments pour réussir. Le but de cet article est de nommer plusieurs facteurs qui peuvent aider à établir une organisation de tennis, à la développer et à rester dans l'entreprise à long terme. Les possibilités et la nature des affaires dans le monde du tennis sont vastes. Étant donné l'impossibilité de les couvrir toutes, cet article se concentrera uniquement sur la gestion des programmes de tennis dans un club de tennis récréatif en tant que partenaire contractuel.

Mots-clés : gestion des clubs, facteurs clés, affaires, stratégie.

Article reçu : 15 juin 2022

Article accepté : 20 juillet 2022

Auteur correspondant :
Héctor Botella Blanco. Email:
hectorbotellablanca@gmail.com

INTRODUCTION

Plusieurs éléments doivent être pris en considération lors de la gestion d'une entreprise. L'entraînement de tennis ne fait pas exception, et ce n'est pas seulement la performance mise en œuvre sur un court de tennis qui compte mais la gestion de nombreux autres facteurs importants. De la création à la consolidation et à l'expansion de l'entreprise, il y a un processus de quelques étapes différentes qui doivent être assurées pour réussir à long terme. Définissons ces phases et les étapes à suivre pour chacune d'entre elles.

ENREGISTRER L'ENTREPRISE

Réaliser une étude de marché

Avant de vous lancer dans une aventure commerciale, il est essentiel de passer du temps à analyser le nombre de clubs de tennis situés dans la région où vous souhaitez créer votre entreprise. Essayez de recueillir le plus d'informations possible auprès des clubs et renseignez-vous sur les autres entreprises présentes dans la région. Recueillez également des informations sur les clients potentiels et utilisez toutes ces données pour comprendre s'il existe une opportunité commerciale.

Établir un plan d'affaires. Définissez la mission, la vision et les valeurs de l'entreprise.

Le business plan est un document écrit qui décrit la nature de l'entreprise, la cible, le marché et les avantages commerciaux. C'est un outil que nous utilisons pour démarrer et gérer une entreprise qui nécessite des ressources matérielles, financières et humaines (Jarmila Guta, 2014).

En tant qu'entreprise, il est important d'établir quel est le but ou l'objectif de l'entreprise. Cela définit la mission et répond à des questions telles que "qui sommes-nous ?", "que faisons-nous ?" ou "comment le faisons-nous". En gros, elle donne une description complète de l'entreprise. La vision aidera à développer l'entreprise en prenant des décisions stratégiques importantes qui rendront l'entreprise plus compétitive et la placeront dans une bonne position sur le marché à l'avenir. La ponctualité, l'éducation, la santé, la transparence, l'honnêteté et l'intégrité ne sont que quelques exemples des valeurs que vous pourriez vouloir avoir dans votre organisation de tennis. Tout cela constitue le point de départ pour définir votre plan d'affaires qui est essentiellement une feuille de route pour structurer, gérer et développer l'entreprise à court et à long terme. Préparez un document (PowerPoint ou similaire) pour convaincre tout club de tennis que vous avez un projet solide et une équipe professionnelle pour gérer les programmes de tennis dans leurs installations.

Choisissez un nom pour la société et procédez à l'enregistrement.

Cela semble simple mais le nom joue un rôle très important dans la croissance de l'entreprise et dans la perception des gens. L'entreprise construit son image de marque sur son nom commercial et ce nom même la rend reconnaissable sur le marché (Bulatovic et. al, 2016). Comprendre ce qu'est le processus d'enregistrement et combien de temps cela va prendre pour pouvoir commencer à opérer dans l'entreprise. Chaque pays a des procédures différentes et des coûts différents pour ouvrir une nouvelle société. Ouvrez un compte e-mail professionnel pour commencer à opérer dès le premier jour.

Situation financière

Créer une entreprise implique d'avoir des coûts initiaux. Dressez une liste de vos actifs financiers et des paiements nécessaires pour être opérationnel dès le début (campagnes de marketing, embauche de personnel, achat de produits, loyer des tribunaux, etc.) Déterminez combien de temps l'entreprise peut potentiellement durer sans revenus et établissez des relations avec des banques au cas où un financement serait nécessaire.

LE CLUB DE TENNIS

Dans cette nature d'activité, il y a quelques éléments que vous devez prendre en compte lorsque vous recherchez des courts de tennis pour gérer votre entreprise :

Localisation du club

L'emplacement du club est crucial, et il va affecter en effet l'avenir de votre entreprise de tennis. En fonction de l'emplacement, nous devons tenir compte des aspects suivants :

- Climat

Les conditions météorologiques exercent une influence considérable sur la conception de tout projet extérieur. La pluie, la neige, le vent, l'humidité et la température sont des conditions qui peuvent avoir un impact énorme sur notre activité. Tous les programmes doivent être préparés et avoir une capacité suffisante pour répondre à toute situation prévisible, dans le but de réduire les répercussions potentielles qui pourraient affecter les clients.

- Géographie

Trouvez les avantages de la situation géographique. Les plages, les montagnes ou les villes peuvent offrir des opportunités commerciales différentes. Ne voyez pas seulement à l'intérieur des clôtures du club. Nous allons vous montrer quelques exemples :

- La plage : Programmes de tennis de plage ou programmes d'entraînement le long de la plage.
- Campagne : événements nocturnes au club (pas de restrictions de bruit pendant la nuit).
- Ville : écoles, quartier financier, restaurants, etc. Créez des programmes qui peuvent bénéficier aux personnes travaillant dans les environs avant le travail, pendant leur pause déjeuner ou après le travail. Par exemple, s'il y a beaucoup de restaurants dans les environs, il pourrait être intéressant d'ouvrir des programmes de groupe pour les serveurs et serveuses à faibles revenus. Mais s'il y a un quartier financier dans les environs, proposer des forfaits de séances privées pourrait être plus adapté aux cadres. Passez des accords avec les écoles pour proposer des programmes de tennis dans leurs locaux (vous n'avez même pas besoin d'un court de tennis pour organiser un programme de tennis pour enfants).

- Transport

Étudiez toutes les possibilités d'accès à votre club et trouvez des occasions de faciliter le transport de vos clients. Par exemple, s'il y a un volume suffisant, il pourrait être intéressant de coordonner avec une école voisine le transport en mini-bus

pour qu'ils puissent assister à votre programme de tennis du soir après leurs cours.

- Culture

Dans chaque région du monde, il peut y avoir des différences culturelles importantes dont il faut tenir compte lors de la conception des programmes. Par exemple, à Hong Kong, la Ladies League est très populaire (format double) et contient plusieurs équipes composées de 6 à 10 femmes réparties en 6 divisions différentes. Par conséquent, vous pouvez trouver de nombreux programmes de tennis avec des entraîneurs spécialisés dans le double récréatif pour les femmes. Trouvez la culture qui prédomine dans votre région et créez des programmes en fonction de celle-ci.



Figure 1. Tennis de rue. Cours de tennis sans court de tennis. Catalasport, Hong Kong.



Figure 2. Courts de tennis construits sur le toit de l'immeuble. Chinese Recreation Club, Hong Kong.

Courts et installations

Chaque club dispose d'installations différentes en fonction, normalement, de l'étendue de son territoire. Analysez et négociez les installations qui peuvent être utilisées. Le nombre de courts de tennis, la taille de la salle de sport, ou même les sports alternatifs comme le squash, le padel ou le badminton doivent être pris en compte lors de la gestion d'un programme de tennis.

Vérifiez les espaces verts ou l'ensemble de l'espace que le club peut offrir. La créativité est la clé et l'utilisation de toute la capacité de l'installation est essentielle pour augmenter les bénéfices. Un court de tennis en soi n'est pas une condition obligatoire pour mener un programme de tennis. Le tennis de rue est un parfait exemple de l'optimisation de l'espace de tout lieu.

Négociez également les possibilités d'organiser d'autres sports hors raquette par le biais de votre entreprise, comme le CrossFit, le yoga, le football, etc.

Maintenance

L'utilisation et l'entretien corrects des courts de tennis et du reste des installations peuvent être directement ou indirectement liés au rôle de votre entreprise. Dans tous les cas, cela peut exercer une influence très importante sur le développement de l'organisation. Assurez-vous que les courts et le reste de l'espace (vestiaires, espaces verts, etc.) sont bien conservés et en bon état pour être utilisés par les membres. Lorsque vous négociez avec le club, n'hésitez pas à demander quels sont les plans de rénovation des différentes installations. Si vous avez la possibilité d'investir dans cette rénovation sur vos propres fonds, cela peut être un bon atout lors de la négociation contractuelle.

La négociation

Une fois que vous avez trouvé l'installation où vous souhaitez organiser vos programmes de tennis, il y a quelques conseils à suivre pour entamer toute négociation :

- Commencez à établir des relations avec les clubs avant d'en avoir besoin.
- Utilisez votre réseau : Certaines estimations suggèrent que jusqu'à 70 % de tous les emplois ne sont pas publiés sur les sites de recherche d'emploi accessibles au public, et des recherches ont montré que de la moitié à plus

de 80 % des emplois sont pourvus grâce au réseautage (Freeland Fisher, 2020). Utilisez vos relations pour frapper à la bonne porte.

- Essayez toujours d'avoir une option alternative au cas où la négociation ne se déroule pas comme vous l'attendez. N'ayez pas l'air désespéré pour conclure un accord.
- Préparez bien votre plan d'affaires et montrez que vous avez confiance en lui.
- Faites les comptes et soyez celui qui prépare une offre initiale d'utilisation des installations.
- Recherchez un accord gagnant-gagnant.
- Ne vous attendez pas à maximiser le profit dans un premier temps, mais à établir une relation à long terme.

VOTRE ENTREPRISE DE TENNIS

Crespo (2020) a présenté quelques stratégies que les entraîneurs peuvent utiliser pour créer une valeur ajoutée aux services et aux produits qu'ils offrent et a souligné la considération du tennis et de l'entraînement au tennis comme une entreprise. Il a présenté des suggestions dans quatre domaines principaux différents : la qualité du service, la variété des outils utilisés, l'interaction avec leurs clients et l'adéquation des services offerts aux clients.

Nous vous recommandons ici quelques actions utiles à ajouter à votre organisation de tennis. La plupart de ces actions auront un impact sur le personnel ou les employés, mais certaines autres sur les clients directement.

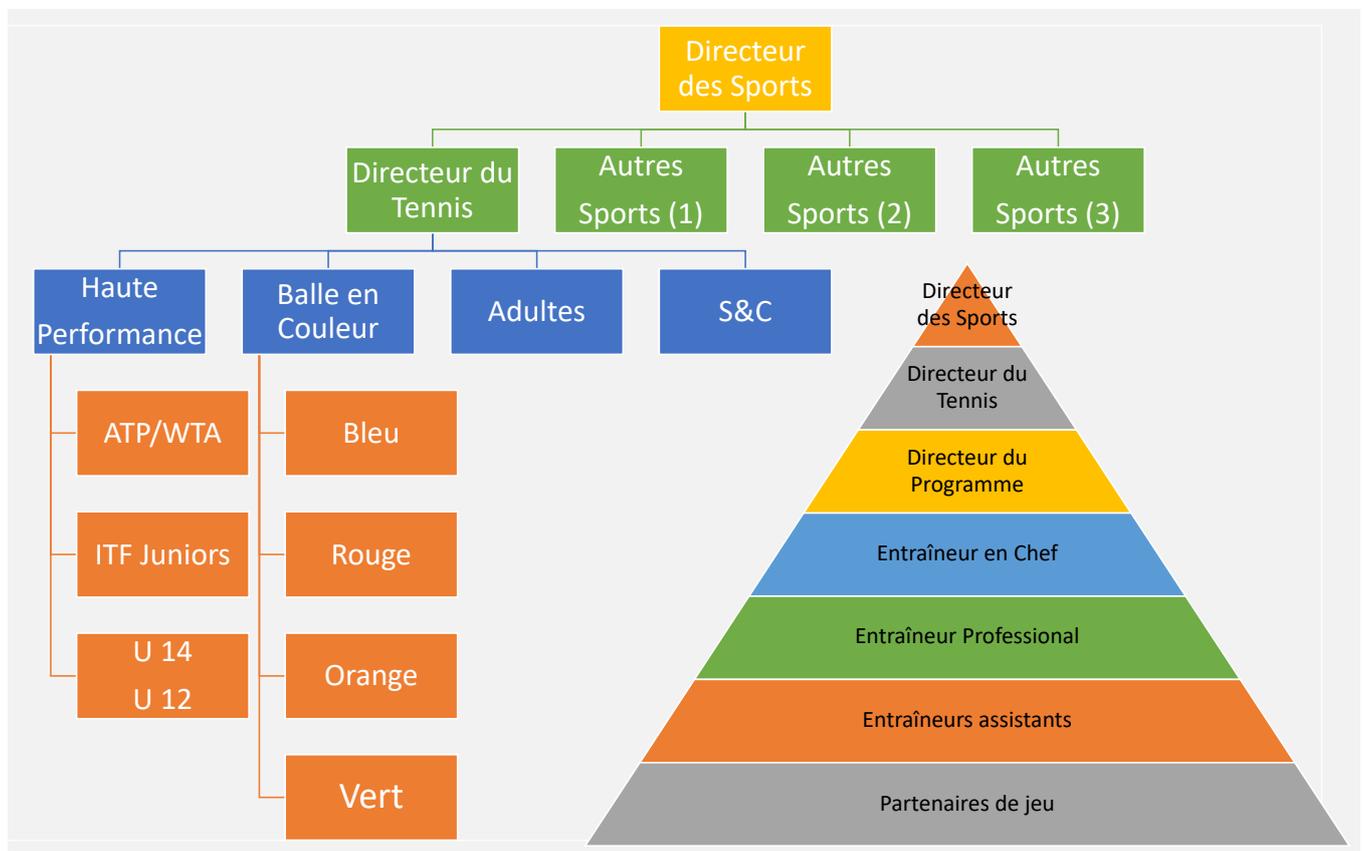


Figure 3. Exemple de parcours professionnel au sein d'une organisation de tennis.

Ressources humaines

Les entreprises de tennis ne sont généralement pas assez grandes ou rentables pour se permettre un département des ressources humaines. Cependant, il est crucial d'avoir une personne qualifiée qui s'occupe de ce rôle pour atteindre le succès. Définissons le rôle que doit jouer un département RH dans une organisation de tennis :

- L'équipe d'encadrement
 - Points forts et points faibles

Déterminez quelles sont les forces et les faiblesses de votre équipe d'entraîneurs. Il peut y avoir des entraîneurs plus passionnés et énergiques pour travailler avec les enfants, d'autres plus expérimentés pour s'occuper des adultes, et d'autres encore plus aptes à organiser des événements ou à participer à des tournois. Il est fortement recommandé de faire correspondre l'entraîneur à son programme préféré afin de maintenir la motivation des entraîneurs, de rendre les élèves heureux et d'attirer davantage de clients en créant un environnement positif.

- La nationalité des entraîneurs

Disposer d'une équipe parlant plusieurs langues peut faciliter la communication avec les membres étrangers. Se familiariser avec les procédures de visa. Faire venir des entraîneurs expérimentés d'autres pays peut contribuer à accroître les connaissances de l'équipe, à apporter de nouvelles idées au programme, voire à ouvrir de nouveaux marchés dans différentes régions du monde.

- Promouvoir le travail d'équipe

Pour mettre en place des programmes de tennis efficaces et efficaces, formez des équipes de travail qui s'entendent bien et partagent les mêmes idées d'entraînement.

- Parcours professionnel

Avoir une structure claire des postes que votre entreprise (en collaboration avec le club) peut offrir au personnel fait une grande différence. Assurez-vous que les entraîneurs connaissent cette structure et donnez-leur la possibilité d'évoluer dans leur carrière au sein de l'organisation. Prenez soin de leur CV et développez une culture de la relation à long terme avec les employés, afin qu'ils voient clairement l'intérêt de rester dans l'entreprise.

- Développement professionnel

La formation des entraîneurs a été identifiée comme essentielle pour élever le niveau de la pratique de l'entraînement (Avner et al., 2017). Les actions suivantes peuvent être prises dans le cadre du développement professionnel :

- Qualifications : Aidez vos entraîneurs à obtenir les plus hautes qualifications en tennis, principalement par le biais des associations nationales de tennis ou des organisations internationales comme l'ITF, l'ATP, la WTA, etc.
- Cours : Ils peuvent être directement liés au tennis ou à d'autres domaines tels que les premiers secours, les techniques de communication, la gestion d'équipe, la force et le conditionnement, les langues, etc.
- Conférences : Faites venir des entraîneurs qualifiés et prestigieux dans votre club pour donner des discours à votre personnel.

Il est de la responsabilité de l'entreprise de disposer d'une équipe professionnelle motivée et à jour dans ses connaissances. Avoir une équipe bien préparée aura un impact positif sur les résultats de l'entreprise. L'apprentissage en ligne est une solution parfaite pour les entraîneurs qui ne peuvent pas assister à des événements éducatifs par manque de temps ou/et de ressources économiques. Certaines études ont conclu qu'il n'y a pas de différences significatives dans les résultats entre la formation en ligne et la formation en classe (Barry, Runyan, 1995).

Le parcours de carrière et l'évolution professionnelle sont deux facteurs importants à prendre en compte dans la négociation, et il ne faut pas considérer le salaire comme le seul élément important de l'accord contractuel.

- Établir des indicateurs clés de performance, des réunions régulières, une réflexion et un retour d'information.

Un indicateur de performance clé est un type de mesure de la performance. Chaque entraîneur ou membre du personnel devrait avoir son propre KPI. Les KPI évaluent le succès d'une organisation ou d'une activité particulière dans laquelle elle s'engage. Fixez des objectifs et rencontrez régulièrement votre équipe pour analyser si vous atteignez ou non ces objectifs d'entreprise.

Marketing et communication

L'objectif de la gestion du marketing est d'augmenter le volume des ventes, de développer de nouveaux marchés et d'atteindre de nouveaux clients (Chandra Bose, 2010).

Définir les services et les produits que l'entreprise veut offrir et créer une stratégie de marketing efficace, solide et régulière. Définissez également la politique de prix des programmes et activités. Disposer d'un site web accessible et d'un compte Instagram ou Facebook bien conçu est crucial. Les médias sociaux ont manifestement redéfini la communication. Ils ont un impact énorme sur la façon dont les informations sont partagées entre les organisations, les joueurs, les utilisateurs et les tournois (Lebel et Danylchuk, 2019). Avec la démocratisation des communications, les utilisateurs sont susceptibles d'exprimer presque instantanément leurs expériences sur n'importe quel produit ou service, ce qui peut affecter directement la réputation de l'entreprise. (Venturino, 2011).

N'oubliez pas de lancer des campagnes pour attirer de nouveaux clients, telles que la "Journée de l'amusement" ou la "compétition avec un ami" (l'ami débutant sert la balle sous le bras pour amorcer le point et le membre expérimenté joue le reste du point).

Service à la clientèle

Il n'y a pas d'entreprise sans client. Faites preuve d'une attitude agréable à leur égard en leur offrant de l'empathie, de la compréhension et de la sollicitude. Soyez patient et à l'écoute, respectez leur temps et trouvez leurs besoins. Maintenez une communication ouverte et claire sans envahir ou affecter leur vie privée. Un client satisfait est le premier pas pour vous apporter un nouveau client à l'avenir. Soyez ouvert aux questions des clients sur la qualité de votre service et acceptez les critiques pour vous améliorer et offrir un meilleur service. Vous pouvez utiliser des enquêtes à cette fin.

Programmes et événements.

Probablement l'une des principales clés de notre activité. Proposons une liste de quelques programmes potentiels et créatifs qui pourraient être utiles dans un club de tennis :

- Séances privées.
- Séances de groupe. Il existe de nombreux programmes différents qui peuvent être proposés. Voyons quelques exemples:
 - Programmes de balles en couleur : Programmes bleu, rouge, orange et vert.
 - Programmes de développement de l'élite : pour les 12&U et les plus âgés.
 - Programmes pour adultes de tous niveaux.
 - Tennis cardio : utilisez des haltères, des poids, des bosus, etc. Créez un circuit dynamique de frappe de balles combiné à un entraînement basé sur les différentes capacités physiques.
 - Touch Tennis : Jeu efficace pour les joueurs de tennis débutants, les enfants et les personnes âgées.
 - Enfants et parents : Recommandé pour les enfants de 2 à 4 ans. Ce programme permet aux familles de passer du temps ensemble tout en faisant une activité. Les enfants se sentiront plus détendus si leurs parents sont sur le terrain avec eux. Les parents peuvent aider les enfants à effectuer des exercices, à ramasser les balles, etc. Cela rendra la leçon beaucoup plus facile.
 - Programme multi-sport : Créer un programme avec non seulement du tennis mais aussi du football, du basket, de la gymnastique, etc. La pratique multisports dans l'enseignement est un moyen très efficace pour le développement de la coordination générale afin de pouvoir générer des transferts entre différents sports et sports de raquette pour aboutir à la pratique du tennis (Letort, 2002). Le développement des jeunes athlètes doit être axé sur le développement des habiletés motrices fondamentales plutôt que sur une spécialisation sportive précoce (Balyi, 2005).
 - Olympiades de la raquette : Promouvoir différents sports de raquette à travers quelques rotations (Padel, Squash, Badminton, Touch tennis, etc.).
 - Tennis pour les personnes âgées : Programmes pour les 70 ans et plus avec des balles souples et 2 rebonds autorisés sur le terrain. Il peut être combiné avec un programme de musculation, de mobilité articulaire et des séances de flexibilité. Tennis & Yoga est également une bonne option pour ce secteur de la société.
 - Tennis pour les personnes handicapées : intégrez les principes fondamentaux des droits de l'homme tels que le principe de non-discrimination et le principe d'interdépendance dans votre entreprise. Il est impératif de faire en sorte que les personnes handicapées puissent jouir pleinement de leurs droits sociaux et culturels (Convention relative aux droits des personnes handicapées, 2007).
 - Up & Downs : Organisez sur différents courts de tennis une session de matchs en fonction du temps, en enseignant des schémas tactiques (les gagnants montent sur le court supérieur et les perdants descendent).



Figure 4. Enfants portant l'uniforme du club. Club Atletico Montemar, Espagne.

- Exercices en double : Convient pour 6 à 8 personnes sur le terrain.
- Tennis Xpress : Basé sur la campagne Play & Stay lancée par l'ITF en 2007. L'utilisation des balles plus lentes garantit que les joueurs débutants peuvent rallier d'autres joueurs débutants et garantit plus de succès, plus de rallyes, plus de plaisir et un excellent entraînement (Miley, 2017). Créez des programmes express d'une durée de 3 à 4 jours pour que les gens s'initient à ce sport.
- Les événements. Voyons une autre petite liste d'exemples :
 - Championnat du Grand Chelem : Utilisez le calendrier du Grand Chelem pour organiser des compétitions de tennis avec les membres. Regardez (par exemple) la finale de Wimbledon à la fin de l'événement avec de la nourriture et des boissons.
 - Camps d'été ou de vacances : Établir des accords commerciaux avec les hôtels pour attirer leurs clients pendant ces périodes.
 - Événements sociaux : Créez des événements sociaux pour certaines dates comme Halloween, Noël, etc.
 - Événements caritatifs : Aidez et collectez des fonds pour les personnes dans le besoin ou aidez les personnes pauvres qui ne peuvent pas se permettre de jouer au tennis.
- Ligues et compétitions
- Autres

Nous sommes en train de vivre l'une des périodes uniques de tous les temps avec le COVID-19. Différentes actions innovantes qui ont utilisé les médias numériques, comme la formation en ligne à domicile ou l'enseignement à distance, permettent à l'activité du tennis de se poursuivre malgré les limitations que nous avons tous connues (Crespo et al., 2021).

En résumé, soyez créatif et ouvert pour définir quels sont les meilleurs programmes, événements et compétitions que votre organisation devrait promouvoir dans le club afin de maintenir les membres engagés dans le sport et satisfaits de leur club de tennis. Adaptez votre entreprise à l'environnement, restez



Figure 5. Entreprise de recyclage de balles à Hong Kong. #recycleballhk.

flexible et répondez aux besoins des gens pour proposer des offres attractives.

Méthodologie

Restez à jour avec les méthodologies recommandées par les principales organisations de tennis dans le monde. L'approche basée sur le jeu et la méthodologie basée sur les contraintes sont recommandées plutôt que le coaching traditionnel. Suivez l'approche de l'ITF, des fédérations nationales ou d'une académie de tennis prestigieuse pour soutenir la méthodologie appliquée par votre organisation. Enseignez cette méthodologie à vos entraîneurs et structurez les programmes de formation en suivant ces directives.

L'équipement et l'utilisation de la technologie. L'importance d'un équipement modifié.

La bonne image et l'efficacité de chaque programme dépendront également de la quantité, de la qualité et de l'état de l'équipement à utiliser. L'un des changements les plus importants et les plus bénéfiques pour l'industrie du tennis a été l'apparition d'équipements de tennis modifiés. Ce nouveau modèle de jeu de tennis favorise l'augmentation du nombre de joueurs, la rétention des joueurs et l'amélioration technique, tactique et physique globale des joueurs, en particulier chez les jeunes (Davies, 2017). Aujourd'hui, il faut aussi compter sur des applications gratuites ou peu coûteuses pour les appareils portables et faciles à utiliser, dans les tablettes ou les smartphones (Quinlan, 2013).

Image de marque

Fournissez des uniformes à l'équipe d'entraîneurs et aux joueurs qui représentent le club dans les compétitions nationales ou internationales. Fournissez également des cartes de visite à toute l'équipe de l'entreprise afin qu'elle puisse vendre votre entreprise à ses amis et autres contacts.

Vendez des casquettes, des hauts, des vestes, etc. avec le logo de l'entreprise.

Parrainage

Passez des accords avec ces marques pour qu'elles vous fournissent tout l'équipement dont vous avez besoin (par exemple, vêtements pour les entraîneurs, raquettes, balles, etc.). Ceci est extrêmement important pour économiser le budget. Établissez des accords commerciaux avec d'autres entreprises en créant une relation gagnant-gagnant.

Relations avec l'association régionale et nationale.

Établir une relation ouverte avec l'organisme principal de la région. Organiser des tournois, des cours de formation, etc. Rester actif et être un atout pour la promotion du tennis dans le pays.

Recyclage et durabilité

Il y a des milliers de balles qu'un club ou une organisation de tennis utilise chaque année. Cherchez à savoir s'il existe dans votre région une organisation qui recycle tout le matériel qui n'est plus nécessaire. Étudiez la possibilité de prendre l'initiative de commencer à mener le projet s'il n'y a rien autour. Engager des conversations avec d'autres clubs pour résoudre la situation. Notre activité doit prendre soin de la planète et nous devons tous y contribuer.

Département juridique et conseil

Établissez une relation avec une société juridique ou de conseil pour obtenir des conseils :

- Les relations contractuelles avec les employés et d'autres organisations.
- Paiements.
- Obligations fiscales.
- Assurances.
- Responsabilité en cas d'accident lors de l'exécution d'une leçon de tennis : Pour une étude plus rigoureuse et complète, consultez la revue ITF Coaching and Sport Science Review 2018 ; 75 (26) : 20 - 22 par Alejandro Valiño.

Recettes et responsabilité

L'objectif principal de toute entreprise est de réaliser des bénéfices. Étudiez en profondeur quels sont vos arguments de vente et quelles sont vos dépenses. Établissez un budget pour chaque année en suivant la vision de l'entreprise. Comme pour les autres départements, selon la taille de l'entreprise de tennis, il peut être recommandé d'avoir une personne spécialisée dans la comptabilité.

L'EXPANSION DE L'ENTREPRISE

Une fois que vous êtes bien établi dans un club et que vous avez acquis une bonne réputation, vous pouvez souhaiter étendre votre activité en concluant de nouveaux accords avec d'autres clubs de la région.

De plus, le fait de faire un bon travail avec les programmes de balle en couleur pourra potentiellement mener à l'ouverture d'un programme de tennis de haute performance dans le futur.

CONCLUSION

En moyenne, 70 % des entreprises échoueront au cours de leurs dix premières années d'existence. Pour protéger une nouvelle entreprise ou une entreprise établie, il est nécessaire de comprendre ce qui peut conduire à une faillite d'entreprise et comment chaque obstacle peut être géré ou évité complètement (Horton, 2022). Les raisons les plus courantes pour lesquelles les petites entreprises échouent sont les suivantes

- Manque de passion, d'énergie, ou pas assez de travail fourni.
- Un leadership inefficace ou une mauvaise stratégie.
- Une planification commerciale inefficace.
- Des stratégies de marketing inefficaces.
- Embaucher les mauvaises personnes ou avoir un environnement de travail en équipe négatif.
- Manque de flexibilité ou d'innovation.
- Une gestion inadéquate.
- Ne pas fournir suffisamment de valeur.
- L'incapacité à comprendre le marché.
- Manque d'authenticité et de transparence.
- Manque d'épanouissement personnel ou professionnel.
- Absence de contrôle des coûts et de responsabilité.
- Absence de systèmes commerciaux concrets.
- Ne pas faire attention ou ne pas être capable de rivaliser avec les concurrents.
- L'incapacité à créer un sentiment de confiance avec les employés ou les clients.

Si vous voulez rester en vie dans l'entreprise, restez alerte et bien organisé, soyez créatif, énergique, flexible et prêt à vous adapter aux changements et aux nouvelles circonstances. Entourez-vous d'une bonne équipe de personnes et travaillez en équipe pour atteindre les objectifs de l'entreprise.

DECLARACIÓN DE CONFLICTO DE INTERÉS Y FINANCIAMIENTO

L'auteur déclare qu'ils n'ont aucun conflit d'intérêts et qu'elle n'a reçu aucun financement pour la rédaction de cet article.

RÉFÉRENCES

- Avner, Z., Markula, P., & Denison, J. (2017). Understanding Effective Coaching: A Foucauldian Reading of Current Coach Ed. *International Sport Coaching Journal*, 4, 101–109.
- Balyi, I. (2005). Long-term Athlete Development. *Canadian Sport for Life*. Disponible en: <<http://www.ltad.ca/Content/Resources%20and%20Downloads/Downloads.asp>>. Acceso em: 04/12/2007.
- Barry, M., & Runyan, G. (1995). A review of distance learning studies in the U.S. military. *The American Journal of Distance Education*, 9 (3).
- Bulatovic, I., Skoric, S., Jovanovic, V. (2016). Branding a business name. DOI:10.5937/ekoPolj1604323B
- Chandra Bose, D. (2010). *Fundamentals of financial management*. Second Edition.
- Convention on the Rights of Persons with Disabilities (N.N.6/2007.)
- Crespo, A. (2020). Tennis teaching as business: coaches as creators of added value. *ITF Coaching & Sport Science Review*, 28(80), 35–37. <https://doi.org/10.52383/itfcoaching.v28i80.68>.
- Crespo, M., Botella-Carrubi, D., & Jabaloyes, J. (2021). Coaches' perceptions of innovation programs of the Royal Spanish Tennis Federation. *International Journal of Sports & Science Coaching*, 1747954121103555. <https://doi.org/10.1177/1747954121103555>.
- Davis, K. (2017). Growing the game, the modified way!. *ITF Coaching and Sport Science Review* 2017; 72 (25): 10 – 11.
- Freeland Fisher, J. (2020). How to get a job often comes to one elite personal asset, and many people still don't realize it. <https://www.cnbc.com/2019/12/27/how-to-get-a-job-often-comes-down-to-one-elite-personal-asset.html>
- Horton, M. (2022). <https://www.investopedia.com/articles/personal-finance/120815/4-most-common-reasons-small-business-fails.asp>.
- Jarmila Guta, A. (2014). "The Role and Importance of The Business Plan in Starting and Running a Business Opportunity," *Annals of the University of Petrosani, Economics*, University of Petrosani, Romania, vol. 14(2), pages 119-126.
- Lebel, K., & Danylchuk, K. (2019). Tennis and social media. In *Routledge Handbook of Tennis* (pp. 329-337). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315533575-32>.
- Letort, O. (2002). *Tennis évolutif*. Tennis coeurs. Editions Art et littérature.
- Miley, D. (2017). *ITF Coaching and Sport Science Review* 2017; 72 (25): 21 -23.
- Quinlan, G. (2013). El uso de las aplicaciones para mejorar el entrenamiento: La aplicación técnica de Tenis Australia. *ITF Coaching & Sport Science Review*. 59, 22-24.
- Valiño, A. *ITF Coaching and Sport Science Review* 2018; 75 (26): 20 – 22.
- Venturino, P. (2011). *Relaciones Públicas y Comunicación Estratégica*. Universidad del Pacífico. Santiago de Chile.

Copyright © 2022 Héctor Botella Blanco



Ce texte est protégé par une licence [Creative Commons BY 4.0 license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Vous êtes autorisé à partager, copier, distribuer et communiquer le matériel par tous moyens et sous tous formats et adapter le document, remix, transformer et créer à partir du matériel pour toute utilisation y compris commerciale, tant qu'il remplit la condition de :

Attribution : Vous devez correctement créditer l'œuvre originale, fournir un lien vers la licence et indiquer si des modifications ont été apportées. Vous pouvez le faire de toute manière raisonnable, mais pas d'une manière qui suggère que vous avez l'approbation du concédant de licence ou que vous la recevez pour votre utilisation du travail.

[CC BY 4.0 license terms summary](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). [CC BY 4.0 license terms](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

[SÉLECTION DE CONTENU DU SITE ITF ACADEMY \(CLIQUEZ\)](#)

