



mosaic
inclusive investing for founders

MODULE 2

J'ai une idée d'entreprise,
et maintenant ?

www.mosaic4investing.eu



Cette ressource est placée
sous licence CC BY 4.0



Cofinancé par
l'Union européenne

Financé par l' Union européenne. Les points de vue et opinions exprimés n'engagent toutefois que l'auteur ou les auteurs et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive Européenne pour l'Education et la Culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'agence ne peuvent en être tenues responsables.

Introduction

Ce module voit le changement d'orientation vers une analyse de faisabilité approfondie pour valider le concept d'entreprise avant d'aller de l'avant.

Ce module guidera les entrepreneurs/ fondateurs sous-représentés à travers les étapes essentielles de test et d'affinement de leurs idées commerciales.

- 01 Introduction à la validation des idées d'affaires
- 02 Comprendre l'analyse de faisabilité
- 03 Produit minimum viable (MVP)
- 04 Aller de l'avant avec votre idée validée
- 05 Auto-réflexion et références

Cette ressource est placée
sous licence CC BY 4.0



Financé par l' Union européenne. Les points de vue et opinions exprimés n'engagent toutefois que l'auteur ou les auteurs et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive Européenne pour l'Education et la Culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'agence ne peuvent en être tenues responsables.

Résultats d'apprentissage

Connaissance :

Acquérir une compréhension approfondie de ce que l'analyse de faisabilité implique, y compris son importance dans le processus de planification des activités.

Apprenez différentes techniques pour valider leur marché, y compris comment développer et utiliser un produit minimum viable (MVP).

Compétences:

Acquérir de la flexibilité et de la réactivité dans le processus de développement du produit

Pensée critique et analyse stratégique pour prendre des décisions éclairées sur la faisabilité et le potentiel de leurs idées commerciales.



Résultats d'apprentissage

Comportements :

Les participants adopteront une approche itérative du développement de produits, en intégrant les commentaires pour améliorer continuellement leur offre.

Attitudes:

Les participants cultiveront une attitude d'ouverture et de réceptivité aux commentaires de toutes les parties prenantes, y compris les clients et les pairs.

Les participants développeront la résilience, en maintenant une attitude positive et déterminée même lorsqu'ils sont confrontés à des revers ou à des résultats négatifs pendant la phase de validation du marché.





01

Introduction à la validation des idées d'affaires



Qu'est-ce que la validation des idées d

La vision et la passion ne suffisent pas. Après avoir identifié une idée d'entreprise prometteuse et obtenu des informations sur le paysage du marché, la prochaine étape essentielle est la **validation**. Cette phase cruciale consiste à tester rigoureusement votre idée d'entreprise par rapport aux réalités du marché et aux capacités opérationnelles pour s'assurer qu'elle est viable et capable de prospérer sur un marché concurrentiel.

Objectif de la validation: La validation s'appuie sur les évaluations initiales et les durées ...

- **Évaluation de l'adéquation produit-marché:** assurez-vous que votre produit ou service répond aux besoins et aux préférences de votre marché cible.
- **Évaluation de la viabilité économique:** Analyser si l'entreprise peut fonctionner avec une stabilité financière et un potentiel de croissance.
- **Tester la faisabilité opérationnelle:** comprendre les aspects pratiques du lancement et de la maintenance de vos opérations commerciales.



Pourquoi est-ce important ?

Selon les données américaines, mais comparables à celles de l'UE, comme indiqué dans [Quel pourcentage de petites entreprises échouent ? \(fundera.com\)](https://fundera.com), environ 20 % des petites entreprises échouent au cours de la première année. À la fin de la deuxième année, 30 % des entreprises auront fait faillite. A la fin de la cinquième année, environ la moitié aura échoué. Et d'ici la fin de la décennie, il ne restera que 30 % des entreprises, soit un taux d'échec de 70 %.

En savoir plus : <https://entm.ag/QZniH3>

En 2023, les taux d'échec des entreprises en Europe ont connu une augmentation significative. Selon la mise à jour sur la restructuration de PwC, au premier trimestre de 2023, le taux d'échec des entreprises a augmenté de 19 % par rapport à la même période de l'année précédente.



Pourquoi est-ce important ?

Pour les entrepreneurs sous-représentés, le processus de validation est un moyen de protéger votre entreprise contre les pièges courants auxquels de nombreuses startups sont confrontées, tout en renforçant la crédibilité et la confiance des investisseurs, partenaires et clients potentiels. Dans les écosystèmes où des obstacles supplémentaires peuvent exister, une idée d'entreprise entièrement validée devient un outil puissant. Il faut un peu de temps pour uniformiser les règles du jeu tout en mettant en valeur votre préparation et votre sens des affaires.

Cependant, la validation va au-delà du simple dépassement des obstacles ; il s'agit d'avoir une vision globale de l'écosystème et de sa culture. Les fondateurs sous-représentés n'ont souvent pas accès aux mêmes outils et réseaux que leurs homologues, ce qui peut rendre difficile la compréhension complète du paysage du marché. En vous concentrant sur la validation, vous prouvez la viabilité de votre idée d'entreprise et obtenez des informations inestimables sur l'écosystème dans lequel vous entrez.



Ce processus implique...

- **Comprendre le marché:** S'engager avec le marché pour comprendre ses besoins, ses préférences et ses points faibles.
- **Établir des relations:** établir des liens avec les parties prenantes qui peuvent fournir des commentaires et un soutien.
- **S'adapter à la culture:** apprendre les nuances culturelles qui peuvent influencer les opérations commerciales et le comportement des clients.
- **Tirer parti des ressources:** identifier et utiliser les ressources disponibles, même si elles ne sont pas immédiatement évidentes.

En validant méticuleusement votre idée d'entreprise, vous créez une base solide qui prend en compte la vision complète de l'écosystème, y compris sa culture et les défis uniques qu'il présente.



Un exemple de validation des idées

Wise, anciennement connu sous le nom de TransferWise

Fondateurs : Taavet Hinrikus et Kristo Käärmann, tous deux originaires d'Estonie, ont fondé la société janvier 2011.

Quoi : Wise est une société de technologie financière qui se concentre sur la fourniture de services de transfert d'argent international. Il utilise les taux de change réels du marché intermédiaire pour transférer de l'argent à l'étranger, ce qui est souvent plus rentable que les virements bancaires traditionnels.

Produits : Comptes multidevises qui permettent aux clients de conserver des soldes dans plus de 50 devises et d'effectuer des transactions transfrontalières.



[L'histoire de Wise - Wise](#)



Approche de validation :

- 1. Identification du problème:** les fondateurs ont validé leur idée d'entreprise en faisant l'expérience directe du problème. Taavet, le premier employé de Skype, vivait à Londres mais était payé en euros. Kristo a travaillé pour Deloitte, a également vécu à Londres et a été payé en livres sterling, mais avait une hypothèque en euros en Estonie. Ils ont tous les deux transféré leur argent avec leurs banques, qui avaient des frais élevés et de mauvais taux de change. Ils savaient qu'il devait y avoir un meilleur moyen, alors ils se sont réunis et ont inventé une solution de contournement magnifiquement simple. Cette expérience de première main leur a permis de comprendre en profondeur le problème qu'ils voulaient résoudre.
- 2. Test avec un petit groupe:** Au départ, ils ont testé leur solution au sein d'un petit réseau d'amis et de membres de la famille. Cela leur a permis de recueillir des commentaires et d'apporter les ajustements nécessaires avant un lancement plus large.



Approche de validation :

3. **Création d'un modèle transparent:** Wise s'est différencié en offrant une transparence des frais et des taux de change. Ils ont utilisé le taux moyen du marché, qui est le point médian entre les prix d'achat et de vente de la devise, et ont facturé des frais initiaux peu élevés.
4. **Tirer parti du bouche-à-oreille:** des clients satisfaits ont commencé à faire connaître le service, ce qui a aidé Wise à se développer de manière organique. Ce marketing de bouche-à-oreille a été crucial dans les premières étapes.
5. **Se concentrer sur l'expérience client:** Ils ont donné la priorité à l'expérience client, en veillant à ce que le processus soit simple, rapide et fiable. Les expériences positives ont conduit à des clients et des parrainages répétés.
6. **Développement itératif:** Wise a adopté une approche itérative, améliorant continuellement son service en fonction des commentaires des clients et de l'évolution du marché.



Approche de validation :

7. **Conformité réglementaire:** ils ont veillé au respect des réglementations financières, ce qui a contribué à renforcer la confiance des clients. Cela impliquait de vérifier l'identité des utilisateurs et de respecter les lois anti-blanchiment d'argent.
8. **Extension du service:** au fur et à mesure que la base d'utilisateurs augmentait, Wise a élargi ses services pour inclure plus de devises et de pays, validant davantage la demande pour sa solution.
9. **Obtenir un financement:** La traction qu'ils ont acquise les a aidés à obtenir un financement des investisseurs, ce qui a été une nouvelle validation de leur modèle d'entreprise et de leur potentiel de croissance.
10. **Cotation publique:** finalement, Wise est entré en bourse avec une cotation directe à la Bourse de Londres, ce qui a constitué une étape importante et un témoignage du succès et de la validation de son idée d'entreprise. [WISE entre en bourse sur le marché londonien | Fortune](#)





02

Comprendre l'analyse de faisabilité



Objectif de l'analyse de faisabilité

Une analyse de faisabilité est menée pour évaluer le succès potentiel d'une nouvelle idée ou d'un nouveau projet d'entreprise avant d'investir beaucoup de temps et de ressources. Il aide les entrepreneurs à identifier les obstacles possibles, à évaluer la probabilité de succès et à déterminer si l'idée doit aller de l'avant, s'adapter ou être abandonnée.

Cette analyse est particulièrement cruciale pour les entrepreneurs sous-représentés qui peuvent faire face à des obstacles supplémentaires en matière de ressources, ce qui rend chaque décision d'investissement essentielle.



Réalisation d'une étude de faisabilité

Analyse et évaluation

Dans les diapositives suivantes, nous décrivons 5 domaines clés qui doivent être couverts pour aboutir à une conclusion de faisabilité, mais veuillez les modifier en fonction de votre propre entreprise.

**Faisabilité du
Marché**

**Faisabilité
technique**

**Faisabilité
économique.**

**Faisabilité
juridique**

**Faisabilité
opérationnelle**



Composantes de l'analyse de faisabilité

Faisabilité du Marché:

Il s'agit de faire des recherches sur le paysage actuel du marché pour comprendre la demande, les données démographiques des clients, la concurrence et les tendances du marché. L'objectif est de déterminer s'il existe un marché durable pour le produit ou le service et comment l'entreprise proposée peut se positionner de manière compétitive.

Vous avez commencé ce processus dans le Module 1.

Faisabilité technique:

Évalue les ressources techniques nécessaires pour transformer l'idée en un produit ou un service tangible. Cela comprend l'évaluation de la technologie nécessaire, de la disponibilité des compétences techniques et des obstacles techniques qui peuvent survenir.



Composantes de l'analyse de faisabilité

Faisabilité économique:

Examine si les aspects financiers d'un projet sont viables. Comprend des projections détaillées des coûts et des revenus, des sources de financement et des risques financiers. Cette composante est essentielle pour s'assurer que l'entreprise peut être rentable et autonome.

Nous avons créé 5 modules MOSAIC dédiés à la finance et à la collecte de fonds – consultez les modules 3, 4, 5, 7 et 8

Faisabilité juridique:

Vérifie tout problème juridique potentiel associé à l'idée d'entreprise, y compris les lois de zonage, les exigences en matière de licence et d'autres contraintes réglementaires qui pourraient avoir une incidence sur la capacité de lancer et d'exploiter l'entreprise.



Composantes de l'analyse de faisabilité

Faisabilité opérationnelle:

Examinez les aspects logistiques de la mise en place et du fonctionnement de l'entreprise, en évaluant si les opérations peuvent être effectuées avec les ressources disponibles et quels défis opérationnels pourraient survenir.

3. Synthétiser les résultats

Maintenant, rassemblez toutes les données et analyses pour évaluer la faisabilité globale de l'idée d'entreprise. Cela implique de comparer les avantages et les coûts, de peser les risques et de considérer les implications opérationnelles et financières d'aller de l'avant avec l'entreprise. Des conclusions claires sont-elles tirées ? Comme nous l'avons vu dans le Module 1, utilisez une analyse SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces).



Réalisation d'une étude de faisabilité

4. Rapport de faisabilité

Compiler les résultats dans un rapport de faisabilité détaillé. Le rapport doit résumer la recherche, l'analyse et les conclusions, en fournissant un aperçu clair et complet de la viabilité de l'idée d'entreprise.

5. La prise de décision

Utilisez le rapport comme base pour prendre une décision éclairée. Décider de poursuivre ou non l'idée d'entreprise, faire les ajustements nécessaires en fonction des résultats. Si l'étude de faisabilité montre des obstacles importants qui ne peuvent être surmontés, il peut être judicieux d'envisager de faire pivoter l'idée ou d'explorer différentes opportunités.



La faisabilité est un outil dynamique

Traiter l'étude de faisabilité comme un outil dynamique. Au fur et à mesure que les conditions changent ou que de nouvelles informations deviennent disponibles, revisitez l'étude pour vous assurer que l'idée d'entreprise reste viable et pertinente.



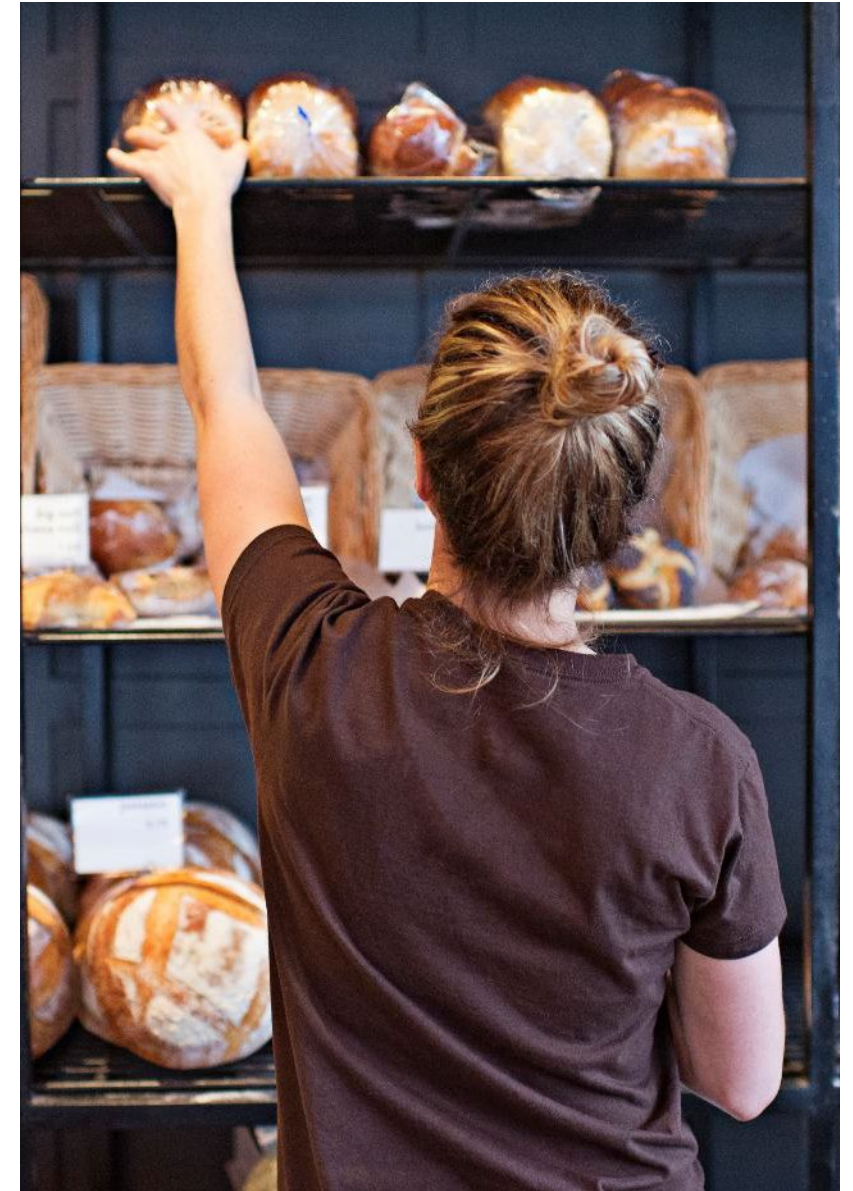
Étude de faisabilité en action



Exemple d'étude de faisabilité : Petite boulangerie artisanale en Belgique

Aperçu du projet : Deux migrants de deuxième génération envisagent d'ouvrir une petite boulangerie artisanale en Belgique, spécialisée dans les produits de boulangerie artisanaux de haute qualité qui allient les techniques belges traditionnelles aux saveurs mondiales.

Objectif : L'objectif principal est d'évaluer la demande de produits de boulangerie artisanaux uniques qui fusionnent les influences internationales avec les traditions de boulangerie belges locales, et de déterminer la viabilité de l'entreprise dans un marché concurrentiel.



Composantes clés de l'étude de faisabilité :



1. Analyse de marché

- **Demande locale** : Mener des études de marché pour comprendre les préférences des consommateurs locaux pour les produits de boulangerie artisanale et leur ouverture à de nouvelles saveurs culturellement diverses.
- **Paysage concurrentiel** : Évaluer la présence et la performance des boulangeries existantes, en particulier celles qui offrent des produits artisanaux ou culturellement uniques. Remplissez un SWOT pour chaque concurrent et comparez-le au vôtre pour identifier les lacunes potentielles sur le marché.

2. Les Projections financières:

- **Coûts de start-up** : coûts de recherche liés à l'acquisition d'un emplacement approprié, à l'achat d'équipement de cuisson, d'ingrédients initiaux et d'autres nécessités de démarrage.
- **Coûts des produits et analyse du seuil de rentabilité** : calculez combien de produits doivent être vendus pour couvrir tous les coûts opérationnels, en aidant à comprendre les risques financiers impliqués.
- **Projections de revenus** : projeter les ventes potentielles en fonction de la stratégie de tarification, de la clientèle prévue et des opportunités de vente en gros potentielles.



Composantes clés de l'étude de faisabilité :



3. Exigences réglementaires:

- **Licences et permis:** Identifier les permis nécessaires à l'exploitation d'une entreprise alimentaire en Belgique, y compris les certifications de sécurité alimentaire et les licences d'exploitation commerciale.
- **Réglementations en matière de santé et de sécurité:** Assurer le respect des normes belges en matière de santé et de sécurité pour la production et la vente d'aliments

Perspective:

Entre les éléments des points 2 et 3, et lorsque nous ajoutons des structures fiscales et de cotisations sociales (nationales et européennes), c'est très difficile pour les nouveaux entrepreneurs. Explorez en détail votre faisabilité pour éviter les mauvaises surprises



Composantes clés de l'étude de faisabilité :



4. **Faisabilité technique :**

- **Planification du développement et de la production des recettes**
- **Technologie de production:** Déterminer les technologies et les équipements de cuisson spécifiques nécessaires à la production de pains et de pâtisseries artisanaux de haute qualité.
- **Chaîne d'approvisionnement:** évaluer la disponibilité d'ingrédients locaux et internationaux de haute qualité requis pour des recettes uniques.

5. **Considérations opérationnelles**

- **Emplacement:** recherchez des espaces de vente au détail stratégiquement situés qui attirent un trafic piétonnier important, tels que les centres-villes ou les marchés locaux connus pour leurs produits artisanaux.
- **Besoins en personnel:** prévoyez d'embaucher des boulangers qualifiés qui maîtrisent diverses techniques de cuisson, ainsi que du personnel de vente et de soutien.
- **Envisager et chiffrer les tactiques de marketing et de vente** avec une image de marque qui met en évidence l'héritage multiculturel de la boulangerie et un plan promotionnel pour s'assurer que les objectifs de vente sont atteints.





03

Produit minimum viable



Produit minimum viable

Un MVP, ou produit minimum viable, est une stratégie utilisée pour valider rapidement des idées commerciales avec des ressources minimales.

Pour les fondateurs sous-représentés, qui font souvent face à des obstacles supplémentaires en termes d'accès aux capitaux et aux réseaux, l'approche MVP est cruciale. Il permet de tester, d'apprendre et d'itérer en fonction des commentaires réels des clients avant de faire des investissements importants. Le MVP concerne la gestion intelligente des ressources et l'apprentissage :

- **Test Market Fit:** vérifiez s'il y a une demande réelle pour votre produit avec le moins d'effort possible.
- **Recueillir des informations:** recueillez les précieux commentaires des clients pour affiner votre offre.
- **Réduire les risques:** limiter l'exposition financière en évitant les investissements à grande échelle dès le départ.



Construire votre MVP : un guide étape par étape

La création d'un produit minimum viable implique d'identifier la version la plus basique de votre produit ou service qui vous permettra de commencer le cycle d'apprentissage avec de vrais utilisateurs.

Examinons les étapes impliquées :

1. Identifiez la proposition de valeur fondamentale:

Define the primary problem your product or service solves.

COMMENT ? Méthode : utilisez vos études de marché, entretiens, enquêtes et recherches secondaires pour identifier les besoins et les points faibles de votre marché cible. Concentrez-vous sur ce qui est le plus essentiel pour eux.



1. les plus essentiels pour eux.



Construire votre MVP : un guide étape par étape

2. Sélectionnez les fonctionnalités clés : choisissez des fonctionnalités qui répondent directement à la proposition de valeur fondamentale et qui sont essentielles pour résoudre le problème de l'utilisateur.

COMMENT : lorsque vous définissez les fonctionnalités de votre produit ou service, tenez compte des implications financières de chaque fonctionnalité. C'est là que vous commencez à équilibrer ce qui est essentiel pour le lancement par rapport à ce qui peut être ajouté plus tard, car chaque fonctionnalité aura un impact sur le coût et, par conséquent, sur la tarification.

Utilisez des outils tels que le classement des fonctionnalités, où les utilisateurs potentiels ou les membres de l'équipe notent les fonctionnalités en fonction de leur importance et de leur faisabilité. Donnez la priorité à ceux qui sont essentiels pour le lancement initial.



Construire votre MVP : un guide étape par étape

3. Concevez un prototype simple : développez un modèle de base et fonctionnel du produit qui intègre les fonctionnalités que vous avez sélectionnées.

Cette étape vous permet de visualiser et de tester la fonctionnalité de votre idée, de recueillir les commentaires des utilisateurs au début du processus de développement et d'identifier les défauts de conception ou fonctionnels avant de passer à des étapes de production plus gourmandes en ressources.

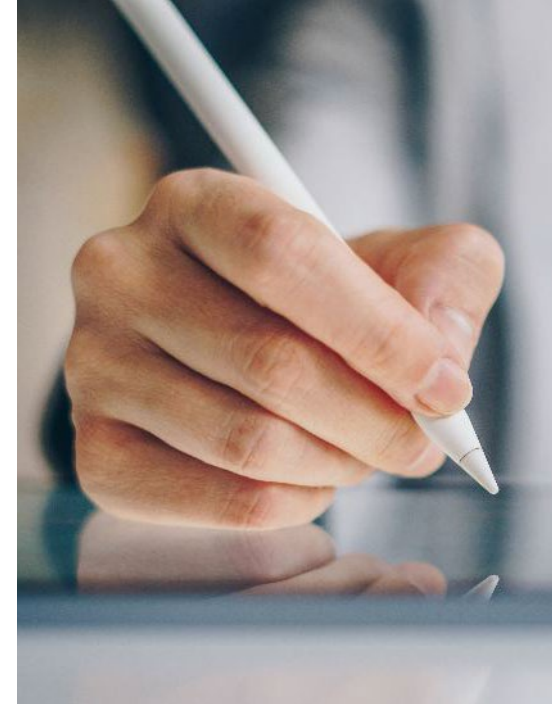
COMMENT : Approches du prototypage : Produits numériques

- **Filaires :** Commencez par les filaires de base pour mettre en page la structure et les composants de votre produit numérique. Les filaires sont généralement des conceptions basse-fidélité qui décrivent des éléments tels que la navigation, le placement du contenu et les fonctionnalités de base de l'interface utilisateur. Des outils comme Balsamiq sont idéaux pour cela car ils sont simples à utiliser et se concentrent sur la structure plutôt que sur l'esthétique.



Construire votre MVP : un guide étape par étape

- **Maquettes** : Passez à des maquettes plus fidèles, qui incluent des éléments de conception visuelle tels que les couleurs, les logos et la typographie. Cette étape consiste à affiner l'attrait visuel et l'expérience utilisateur. Sketch ou Adobe XD sont des outils puissants pour créer des maquettes détaillées et visuellement attrayantes.
- Prototypes **interactifs** : développez des prototypes interactifs que les utilisateurs peuvent parcourir pour simuler l'expérience utilisateur. InVision et Figma offrent la possibilité de créer des prototypes qui ressemblent et se comportent à la fois comme un produit fini, ce qui permet de tester plus efficacement les interactions des utilisateurs.



Construire votre MVP : un guide étape par étape

Approches du prototypage : Produits physiques

- **Esquisses conceptuelles** : commencez par des esquisses détaillées du produit pour explorer différents designs et facteurs de forme. Cette méthode traditionnelle est toujours très efficace pour capturer des idées rapidement et itérer sur la conception.
- **Modèles 3D** : utilisez un logiciel de conception assistée par ordinateur (CAO) pour créer des modèles 3D de votre produit. Des outils comme AutoCAD, SolidWorks, ou encore des options plus accessibles comme Tinkercad vous permettent de visualiser le produit en trois dimensions, ce qui est crucial pour examiner l'ergonomie et la fonctionnalité.
- **Fabrication de prototypes** : passer des modèles numériques ou papier à un prototype physique. En fonction de la complexité et du matériau, cela peut impliquer des méthodes telles que l'impression 3D, l'usinage CNC ou la construction manuelle avec des matériaux plus simples. Découvrez une installation FabLab. L'objectif est de produire un prototype fonctionnel qui reflète la conception du produit et peut être utilisé pour les tests.



Construire votre MVP : un guide étape par étape

4. Développer le MVP : Transformez le prototype en un produit utilisable avec une tarification.

COMMENT ? Utilisez les méthodes de développement les plus simples disponibles. Pour les logiciels, cela peut signifier coder la version fonctionnelle la plus simple de l'application. Pour les produits physiques, créez un petit lot en utilisant des processus de fabrication rentables.

Modèles de revenus: développez et testez différents scénarios basés sur diverses stratégies de tarification. Ceci pourrait inclure :

- **Proposition de valeur et tarification:** alignez votre stratégie de tarification sur votre proposition de valeur. Si vous proposez un produit premium, votre prix doit refléter cela. À l'inverse, si vous souhaitez proposer une solution rentable, votre tarification doit s'adresser à un segment plus sensible aux prix.
- **Positionnement concurrentiel :** définissez vos prix de manière à positionner votre entreprise de manière compétitive sur le marché.



Construire votre MVP : un guide étape par étape

5. Définir des indicateurs de réussite : Établir des objectifs clairs et mesurables pour le MVP afin d'évaluer ses performances.

En définissant des objectifs clairs et mesurables, vous pouvez déterminer si votre MVP répond aux besoins du marché, où il pourrait être insuffisant et les changements nécessaires avant un déploiement plus large.

COMMENT Établissement des métriques : Produits numériques

- **Métriques d'acquisition des utilisateurs:** nombre d'inscriptions, de téléchargements d'applications, de visites de sites Web. **Indicateurs d'engagement:** utilisateurs actifs quotidiens ou mensuels, durée de la session, pages vues par visite et taux d'interaction avec les fonctionnalités clés. Des outils comme Google Analytics peuvent fournir des données complètes sur la manière dont les utilisateurs interagissent avec votre produit.
- **Mesures de conversion:** taux de conversion d'un visiteur en utilisateur, d'un utilisateur en client payant ou de l'exécution d'autres actions souhaitées (par exemple, remplir un formulaire, s'abonner à une newsletter).



Construire votre MVP : un guide étape par étape

COMMENT Établissement des métriques : Produits physiques

- **Métriques de vente** : nombre d'unités vendues, vitesse de rotation des stocks et taille des commandes. Ces mesures évaluent la demande du marché et la vitesse de vente de votre MVP physique.
- **Satisfaction de la clientèle** : Net Promoter Score (NPS), taux de satisfaction et taux de retour. Recueillir ces données via des formulaires de commentaires directs inclus avec le produit ou des plateformes de commentaires numériques liées via des codes QR sur l'emballage. Le NPS est une mesure largement utilisée dans les entreprises pour mesurer la satisfaction et la fidélité des clients. Il s'agit d'un outil simple qui pose une seule question aux clients : « **Sur une échelle de 0 à 10, quelle est la probabilité que vous recommandiez notre entreprise/produit/service à un ami ou à un collègue ?** »
- **Utilisation et fiabilité du produit** : fréquence d'utilisation, durée de vie du produit avant défaillance ou incidents de retour de produit en raison de défauts.



Construire votre MVP : un guide étape par étape

COMMENT Établissement des métriques : Services

- **Taux d'acquisition et de rétention des clients** : mesure le nombre de clients attirés par le service et le taux auquel ils reviennent ou s'abonnent pour une période prolongée.
- **Métriques de qualité de service** : enquêtes de satisfaction client, vitesse de service et respect des accords de niveau de service (SLA). Ces mesures sont essentielles pour comprendre dans quelle mesure le service répond aux attentes des clients.
- **Efficacité opérationnelle** : mesures telles que le temps nécessaire pour fournir un service, le coût par prestation de service et les taux d'utilisation des ressources. Ceux-ci aident à évaluer l'efficacité et l'évolutivité du modèle de service.



Construire votre MVP : un guide étape par étape

Quelques logiciels gratuits de gestion des services qui peuvent aider dans cette phase

- **Zoho Desk** fait partie de la suite Zoho qui offre un plan gratuit pour ceux qui ont besoin de fonctionnalités de base du service d'assistance. Il comprend la billetterie par e-mail, la gestion des connaissances et un centre d'aide pour les clients.
- **HubSpot Service Hub** propose une version gratuite de son Service Hub qui comprend des fonctionnalités de billetterie, de chat en direct et d'e-mail d'équipe, ainsi que des tableaux de bord de rapports pour suivre efficacement les demandes et les commentaires des clients.
- **Freshdesk** propose un plan gratuit appelé le plan « Sprout », qui propose une billetterie par e-mail et sur les réseaux sociaux, une base de connaissances et des rapports sur les tendances des billets
- **Trello (avec modèles de gestion des services)**. Bien qu'il s'agisse principalement d'un outil de gestion de projet, Trello peut être utilisé efficacement pour la gestion des services avec des modèles et peut s'intégrer à d'autres applications pour améliorer les fonctionnalités.



Construire votre MVP : un guide étape par étape

6. Préparez-vous pour le lancement : Mettez votre MVP devant de vrais utilisateurs pour commencer à collecter des données.

COMMENT : Planifiez un lancement à petite échelle qui cible un segment de votre base de clientèle potentielle. Envisagez des canaux de vente comme un lancement en ligne, la participation à un événement commercial ou de consommation (où vos clients cibles peuvent être atteints), ou une diffusion limitée dans un environnement contrôlé.

7. Boucle de rétroaction : créer un système permettant de collecter et d'analyser efficacement les commentaires des utilisateurs.

COMMENT : mettre en œuvre des outils de rétroaction simples tels que des sondages auprès des utilisateurs, des entretiens individuels ou des tests d'utilisabilité. Pour les produits numériques, envisagez d'utiliser des fonctionnalités de l'application ou du site Web pour solliciter les commentaires des utilisateurs directement après utilisation.



EXEMPLE : construire votre MVP : une étape par étape



Contexte: Lena, une entrepreneure sociale ayant une formation en urbanisme et une expérience personnelle des déficiences de la mobilité, a remarqué des défis importants en matière d'accessibilité dans les zones urbaines, des bâtiments publics aux systèmes de transport. Elle est motivée à améliorer cela en créant une entreprise de conseil.

1. Identifiez la proposition de valeur fondamentale

Identifier le problème: Les environnements urbains manquent souvent des aménagements nécessaires pour les personnes handicapées, ce qui rend la navigation et l'accès aux services difficiles et limite leur participation aux activités communautaires et économiques.

L'entreprise de Lena, **Access Urban**, est un service de conseil qui aidera les urbanistes, les entreprises et les institutions publiques à concevoir et à rénover des espaces urbains entièrement accessibles aux personnes de toutes capacités.



EXEMPLE : construire votre MVP : une étape par étape



Perspective : Le parcours de Lena en tant qu'entrepreneure sociale handicapée lui confère un point de vue unique dans l'industrie de l'urbanisme, traditionnellement peu diversifié en termes de représentation du handicap.

2. Définissez les caractéristiques du MVP

- L'**approche de Lena**: En tirant parti de son expertise en matière d'urbanisme et de ses connaissances personnelles des défis de la mobilité, Lena sélectionne les offres de services les plus critiques qui démontrent une valeur immédiate aux clients potentiels.
- **Offre de service initiale**: Lena décide de se concentrer sur les audits d'accessibilité, qui sont des évaluations complètes des espaces publics pour évaluer leur accessibilité actuelle et fournir des recommandations d'amélioration.
- **Caractéristiques clés**: Ces audits comprendront des inspections détaillées du site, des vérifications de la conformité de l'accessibilité par rapport aux normes nationales et des recommandations pratiques et innovantes adaptées à chaque emplacement.



EXEMPLE : construire votre MVP : une étape par étape



3. Concevez un prototype simple:

- **Développement du prototype de Lena:** En utilisant son expérience de projet passée, Lena crée un exemple détaillé de rapport d'audit. Ce rapport décrit les obstacles potentiels dans les espaces urbains et suggère des modifications spécifiques pour améliorer l'accessibilité.
- **Outils:** Lena utilise un logiciel CAD pour créer des modifications et des améliorations visuelles dans le rapport. Elle développe également un portfolio professionnel sur son site Web nouvellement conçu mais de base, qui présente des exemples de rapports et des illustrations visuelles d'améliorations potentielles.



EXEMPLE : construire votre MVP : une étape par étape



4. Développer le MVP: Optimiser le développement du MVP pour Access Urban

Lena doit établir des relations solides avec les autorités publiques responsables de l'application des normes d'accessibilité et de la mise en service des projets d'infrastructure publique.

- **Sensibiliser:** Lena participe activement aux réunions du conseil municipal, aux sessions de planification publique et aux ateliers liés au développement urbain. Elle offre des idées, s'appuie sur ses expériences personnelles et fournit des commentaires constructifs sur les plans proposés, construisant progressivement sa réputation de défenseure bien informée et passionnée de l'accessibilité.

***En termes de surmonter les obstacles,** Lena pourrait opter pour une approche de financement participatif pour surmonter les biais de financement, en présentant son projet directement aux utilisateurs potentiels et aux alliés qui comprennent et apprécient sa mission.*



EXEMPLE : construire votre MVP : une étape par étape



4. Développer le MVP: Optimiser le développement du MVP pour Access Urban

- **Proposer un audit pilote** : Lena s'adresse à la direction de la bibliothèque et aux responsables du gouvernement local chargés de l'entretien des bâtiments publics avec une proposition d'audit d'accessibilité gratuit pour une ancienne bibliothèque de sa communauté. Elle présente cela comme une opportunité gagnant-gagnant : la bibliothèque obtient gratuitement des informations et des recommandations précieuses, et Lena obtient un projet de vitrine pour son portefeuille.

En termes de surmonter les obstacles, les audits de Lena vont au-delà de la conformité ; ils reflètent des améliorations de la convivialité dans le monde réel basées sur des expériences vécues, en distinguant ses services des conseils conventionnels. Son style d'affaires est de travailler avec les clients en tant que collaborateurs, en co-concevant des solutions vraiment inclusives et efficaces.



EXEMPLE : construire votre MVP : une étape par étape



4. Mise à l'échelle du MVP:

- **Portée et échelle:** Lena sélectionne un à trois projets pilotes pour maintenir la gérabilité et assurer la qualité. Elle choisit des projets dont l'échelle et la complexité varient, tels qu'un petit parc public, un centre communautaire et un développement privé en cours de rénovation.
- **Mesures pour la mise à l'échelle:** Les mesures de succès pour la mise à l'échelle comprennent la satisfaction des clients, le taux de mise en œuvre de ses recommandations et les recommandations ultérieures de projets pilotes. Des résultats positifs valideront un déploiement plus large de ses services.
- **Tarification à l'échelle:** après le pilote, Lena prévoit un modèle de tarification à plusieurs niveaux en fonction de la portée du projet et du type de client (secteur public ou privé). Ce modèle reflétera la complexité du travail et la valeur qu'il apporte en termes de conformité, de convivialité et d'amélioration de l'image publique.



EXEMPLE : construire votre MVP : une étape par étape



5. Intégration du feedback

- **Réunions de suivi structurées** : Lena planifie des réunions de suivi avec toutes les parties prenantes après la mise en œuvre de ses recommandations. Ces réunions sont conçues pour évaluer le point de vue du client sur l'impact de l'audit d'accessibilité, discuter de tout défi et évaluer la satisfaction globale.
- **Enquêtes numériques** : Lena développe et distribue des enquêtes numériques à un public plus large, y compris les usagers et les employés de la bibliothèque, afin de recueillir des commentaires spécifiques sur divers aspects des améliorations d'accessibilité recommandées et le processus d'audit lui-même.
- **Collecte de témoignages** : si les clients sont satisfaits des résultats, Lena demande des témoignages écrits ou vidéo qui peuvent être utilisés à des fins de marketing et pour renforcer la confiance avec les clients potentiels.



EXAMPLE: MVP Development, Facteurs de différenciation de Lena



Avantages:

- **Authentic Insight:** L'expérience personnelle de Lena avec les déficiences de la mobilité lui fournit des informations authentiques sur les besoins en matière d'accessibilité, ce qui rend ses offres de services intrinsèquement centrées sur l'utilisateur et profondément empathiques.
- **Confiance de la communauté:** son statut de membre de la communauté des personnes handicapées contribue

Défis

- **Biais dans le financement:** rencontrer des biais d'investisseurs potentiels qui peuvent sous-estimer les capacités de Lena en raison de son handicap, ce qui a un impact sur sa capacité à obtenir un financement initial.
- **Limites des ressources:** accès limité à certaines opportunités de réseautage que les pairs non handicapés pourraient considérer comme allant de soi, ce qui affecte la visibilité et les partenariats à un stade précoce.



EXAMPLE: MVP Development, Facteurs de différenciation de Lena



à établir une confiance et une relation immédiates avec son public cible, ce qui facilite une rétroaction plus ouverte.



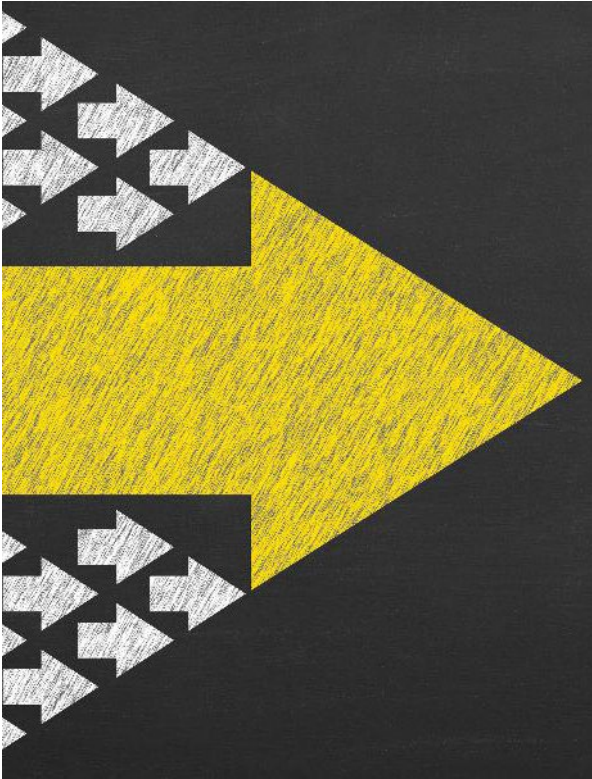


04

Aller de l'avant avec
votre idée validée



Prochaines étapes



Après avoir développé avec succès une étude de faisabilité et testé votre produit minimum viable (MVP), vous avez recueilli des informations précieuses sur les besoins du marché et votre potentiel de produit ou de service. **Cette validation initiale est cruciale, mais ce n'est que le début.**

Il est maintenant temps de tirer parti de l'élan et des leçons tirées de votre MVP pour faire évoluer vos opérations, améliorer vos offres et lancer votre entreprise.

Les prochaines étapes consistent à développer les bases solides que vous avez construites, à vous adresser à des marchés plus larges et à mettre en œuvre des systèmes robustes pour soutenir une croissance durable.



Ce que nous savons jusqu'ici

Nous avons compilé et analysé tous les commentaires de notre MVP, qui englobe à la fois des informations qualitatives provenant des interactions avec les clients et des données quantitatives telles que le coût du produit, les intrants de production ou de service et même les chiffres de vente.

- Nous commençons à voir comment notre modèle d'affaires se compare aux normes de l'industrie et à nos attentes initiales. Cela nous permet d'identifier les domaines les plus efficaces de notre entreprise et ceux qui nécessitent des ajustements stratégiques. La section 4 du Module 1 est perspicace en termes de compréhension des modèles commerciaux. Avons-nous choisi le modèle qui convient le mieux à notre entreprise ? Sur la base des commentaires des utilisateurs, nous donnons la priorité aux améliorations des fonctionnalités et à l'amélioration de la qualité qui améliorent directement la satisfaction des utilisateurs et la fonctionnalité du produit.



Ce que nous savons jusqu'ici

- Nous affinons notre stratégie de tarification pour nous aligner plus étroitement sur la perception de la valeur client et la demande du marché.
- Les informations issues des discussions avec les parties prenantes, y compris les membres de l'équipe, les partenaires et les conseillers, ont été inestimables. Ils ont fourni une perspective plus large sur l'efficacité opérationnelle et le positionnement sur le marché.



Prochaines étapes

Nous sommes arrivés jusqu'ici, mais le chemin est long. À ce stade, en réfléchissant à vos progrès et en regardant vers l'avenir, il est important de reconnaître les jalons que vous avez atteints et les obstacles que vous avez surmontés.

1. Il n'est pas trop tôt pour célébrer vos réalisations.

- Détaillez les étapes clés franchies jusqu'à présent dans votre parcours, telles que le développement réussi du MVP, l'intégration des commentaires critiques et la pénétration initiale du marché.
- Mettez en évidence les leçons précieuses qui façonnent votre stratégie commerciale émergente et votre croissance. Appropriiez-vous et reconnaissez à quel point ces leçons sont essentielles pour vous préparer aux défis à venir.



Prochaines étapes

2. Reconnaître les obstacles actuels.

- Identifier les défis importants auxquels l'entreprise est actuellement confrontée, tels que les opérations de mise à l'échelle, la diversification des gammes de produits ou la pénétration de nouveaux marchés.
- Élaborez comment vous allez surmonter ces obstacles, y compris les innovations dans le développement de produits, les améliorations de l'engagement des clients et le renforcement des capacités opérationnelles.



Prochaines étapes

3. Revenir à son POURQUOI.

- Souvenez-vous de votre fondement émotionnel, du moment où cette idée est née, des défis qui vous ont ému et de la vision qui vous a inspiré.
- Réitérer la vision à long terme de l'entreprise.
- Comment l'entreprise se voit-elle évoluer au cours des cinq prochaines années ?
- Quel impact aspirez-vous à avoir dans votre secteur ou votre communauté ?



Renouveler votre engagement envers vos valeurs et votre vision fondamentales



REGARDER

Simon Sinek's Commencez par POURQUOI est un excellent.

Simon est un optimiste inébranlable. Il croit en un avenir radieux et en notre capacité à le construire ensemble. Décrit comme « un penseur visionnaire avec une intelligence rare », Simon a consacré sa vie professionnelle à faire avancer une vision du monde qui n'existe pas encore ; un monde dans lequel la grande majorité des gens se réveillent chaque



REGARDER

inspirés, se sentent en sécurité où qu'ils soient et finissent la journée remplie par le travail qu'ils font.

Simon est l'auteur de plusieurs livres à succès, notamment Start With Why, Leaders Eat Last, Together is Better et The Infinite Game.



<https://youtu.be/Oh2KRQPaKOU>



Inclusive Investing for Founders



*«À quoi sert une idée si elle reste
une idée ? Essayez. »*

Simon Sinek



Prochaines étapes

3. Revenir à son POURQUOI.

- Souvenez-vous de votre fondement émotionnel, du moment où cette idée est née, des défis qui vous ont ému et de la vision qui vous a inspiré.
- Réitérer la vision à long terme de l'entreprise.
- Comment l'entreprise se voit-elle évoluer au cours des cinq prochaines années ?
- Quel impact aspirez-vous à avoir dans votre secteur ou votre communauté ?



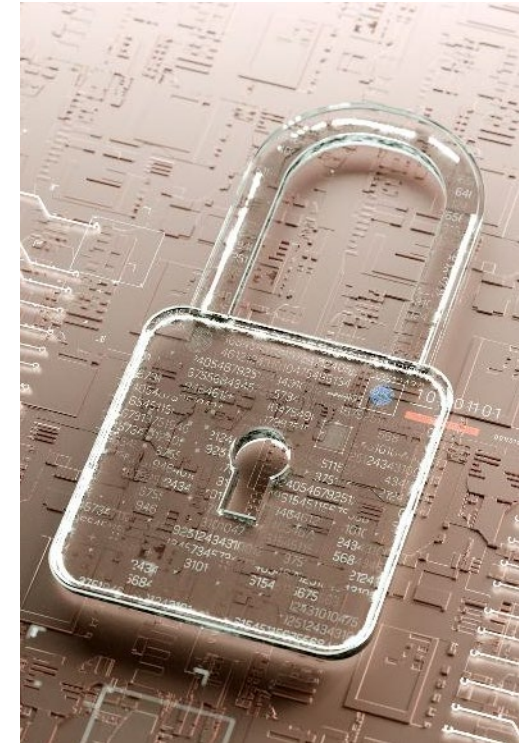
Renouveler votre engagement envers vos valeurs et votre vision fondamentales



Les prochaines étapes pour aller de l'avant avec votre idée validée

Protégez votre idée – 4 aspects de la protection de la propriété intellectuelle :

1. **Brevets:** le cas échéant, déposez des brevets pour protéger vos produits innovants ou procédés uniques contre la copie ou l'utilisation sans autorisation. Les brevets donnent le droit légal d'exclure d'autres personnes de la reproduction de votre invention pendant une période allant jusqu'à 20 ans. Mais cela peut être un processus coûteux.
2. **Droits d'auteur:** Sécurisez les droits d'auteur pour les œuvres originales telles que le contenu écrit, les logiciels, les graphiques et le matériel de marketing. Les droits d'auteur empêchent d'autres personnes d'utiliser votre œuvre originale sans consentement et durent toute la vie de l'auteur plus 70 ans.

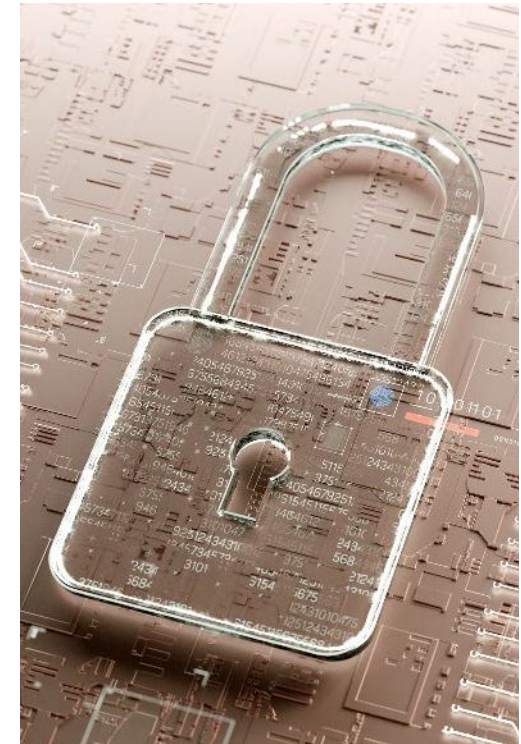


Les prochaines étapes pour aller de l'avant avec votre idée validée

Protégez votre idée – 4 aspects de la protection de la propriété intellectuelle :

3. Marques : enregistrez des marques pour votre nom de marque, vos logos et vos slogans. Les marques protègent les symboles et les mots qui représentent votre marque auprès du public, empêchant ainsi d'autres personnes d'utiliser des signes similaires susceptibles de prêter à confusion.

4. Secrets commerciaux : Protégez les informations commerciales confidentielles grâce à des accords de non-divulgation et à des mesures de sécurité internes appropriées. Cela inclut les recettes, les pratiques ou les conceptions qui vous donnent un avantage concurrentiel.



ACTION : Protection de la propriété intellectuelle à l'échelle mondiale et nationale

Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI): OMPI - Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle

Bien que l'OMPI soit une organisation mondiale, elle fournit des outils et des bases de données essentiels qui sont utiles aux entités basées dans l'UE, y compris les recherches internationales en matière de brevets et les ressources sur divers aspects du droit de la propriété intellectuelle.

Chaque pays de l'UE a son propre **office national de la propriété intellectuelle** qui fournit des orientations et des ressources spécifiques pertinentes pour le cadre juridique de ce pays. Ces bureaux proposent souvent des guides détaillés, des services d'enregistrement de la propriété intellectuelle et des séminaires éducatifs.

- Allemagne : Office allemand des brevets et des marques DPMA | Marques commerciales
- France : Institut national de la propriété industrielle INPI.fr | Bienvenue chez les innovateurs



Création d'une forte présence en ligne

Vous avez peut-être créé un site Web de base au cours de votre processus MVP, mais il est temps de vous appuyer sur ce processus ou de commencer par un nouveau développement de site Web.

- **Sécuriser un domaine fort**
- **Investissez autant que possible dans un site Web professionnel.** Si votre page Web initiale a été créée rapidement ou sans aide professionnelle, envisagez d'investir dans un concepteur de site Web professionnel pour améliorer l'attrait visuel et la convivialité.
- **Assurez-vous que votre site Web est réactif.** Planifiez le parcours de l'utilisateur pour qu'il soit aussi intuitif que possible. Simplifiez la navigation, rationalisez le contenu et assurez-vous que les appels à l'action (CTA) sont clairs et convaincants.



Création d'une forte présence en ligne

- **Fonctionnalités complémentaires** À l'approche d'un lancement commercial complet, envisagez d'ajouter de nouvelles fonctionnalités telles que des fonctionnalités de commerce électronique, des forums d'utilisateurs, des chatbots de support client ou des outils interactifs.
- **Améliorations de la sécurité.** Assurez-vous que votre site Web est sécurisé, surtout si vous gérez des données utilisateur sensibles. Mettre en œuvre des mesures de sécurité telles que des certificats SSL, des audits de sécurité réguliers et le respect des réglementations pertinentes en matière de protection des données telles que le RGPD.



Création d'une forte présence en ligne

Il n'est jamais trop tôt pour **planifier votre stratégie de médias sociaux**.

- **Concentrez-vous sur les plateformes où votre public cible est le plus actif.** Où votre public cible passe-t-il la plupart de son temps en ligne ? Concentrez-vous sur deux ou trois plateformes qui correspondent le mieux aux préférences de votre public et à vos objectifs commerciaux. Par exemple, si le ciblage d'un groupe démographique plus jeune, Instagram et TikTok pourraient être des priorités, alors qu'un focus B2B pourrait se tourner davantage vers LinkedIn.
- **Capturez une liste d'e-mails marketing.** Mettez en œuvre des stratégies pour capturer les adresses e-mail plus efficacement. Cela peut inclure des incitations telles que des téléchargements gratuits, du contenu exclusif ou des réductions sur la première commande en échange d'inscriptions par e-mail.



Création d'une forte présence en ligne

Il n'est jamais trop tôt pour planifier vos stratégies de médias sociaux et de marketing par courriel.

Consultez le module 8 Marketing et ventes pour les entrepreneurs sous-représentés pour tracer un plan pour cette zone vitale



Constituer une équipe forte

Vous avez peut-être commencé cette aventure par vous-même. Mais la constitution d'une équipe solide est cruciale à mesure que votre entreprise se développe. C'est un facteur clé dans les décisions des investisseurs. Passer d'une entreprise solo à un environnement d'affaires collaboratif peut considérablement améliorer votre capacité d'innovation, d'exécution et d'investissement.

- Rassemblez une équipe qui couvre les domaines d'activité critiques - opérations, marketing, finances et développement de produits.
- Montrez que votre équipe possède les compétences et l'expérience nécessaires pour exécuter le plan d'affaires avec succès.
- Conseil consultatif : Envisagez de former un conseil consultatif composé de professionnels expérimentés qui peuvent fournir des conseils stratégiques et améliorer votre crédibilité auprès des investisseurs.



Consolider votre plan d'affaires

Apportez tout ce que vous savez maintenant dans un plan d'affaires solide....

Détaillez votre modèle commercial, votre analyse de marché, votre paysage concurrentiel, votre stratégie de vente et de marketing, votre plan opérationnel et vos projections financières :

Développement itératif : montrez que vous êtes sensible aux commentaires et que vous avez itéré sur votre produit en fonction de la contribution réelle de l'utilisateur, améliorant ainsi

Grande clarté et communication dans votre proposition de valeur : Définissez clairement ce qui rend votre entreprise unique et pourquoi il s'agit d'un investissement viable

L'équipe : Montrez que votre équipe possède les compétences et l'expérience nécessaires pour exécuter le plan d'affaires avec succès.



Consolider votre plan d'affaires

Apportez tout ce que vous savez maintenant dans un plan d'affaires solide....

Partagez les enseignements de l'étude de faisabilité et du MVP et la validation de la demande pour votre produit ou service.

l'adéquation produit-marché.



Consolider votre plan d'affaires

Apportez tout ce que vous savez maintenant dans un plan d'affaires solide....

Comprendre les finances et les besoins de financement :

- Détaillez vos sources de revenus et fournissez des projections financières réalistes.
- Soyez transparent sur vos hypothèses et les risques encourus.
- Décrivez le montant de financement dont vous avez besoin, à quoi il servira et comment il aidera votre entreprise à croître.
- Soyez précis sur les jalons que vous vous attendez à atteindre avec ce financement.



Mise en place et fonctionnement de votre entreprise : préparation à l'investissement

La transition vers la sécurisation du financement de votre entreprise et la préparation des conversations sur l'investissement sont les prochaines étapes critiques.

Notre cours Mosaic est fait pour vous!

**Module 4 : Comment obtenir un
financement pour mon idée ?**

**Module 5 : Comment gérer mes
finances**

**Module 8 : Aide financière aux
entrepreneurs sous-représentés,
médiation**





05

Auto-réflexion et références



EXERCICE 1 : Validation des idées d'affaires

Objectif: aider les apprenants à évaluer de manière critique la viabilité et l'impact potentiel de leur idée d'entreprise avant d'aller de l'avant.

Exercise:

Créer un modèle dynamique et interactif pour évaluer votre idée d'entreprise dans un outil comme Miro pour rendre le processus visuellement intuitif. Miro est une plateforme de tableau blanc collaboratif en ligne qui peut aider à visualiser des concepts et à faciliter efficacement les sessions de brainstorming. De nombreuses fonctions peuvent être réalisées avec un compte gratuit.

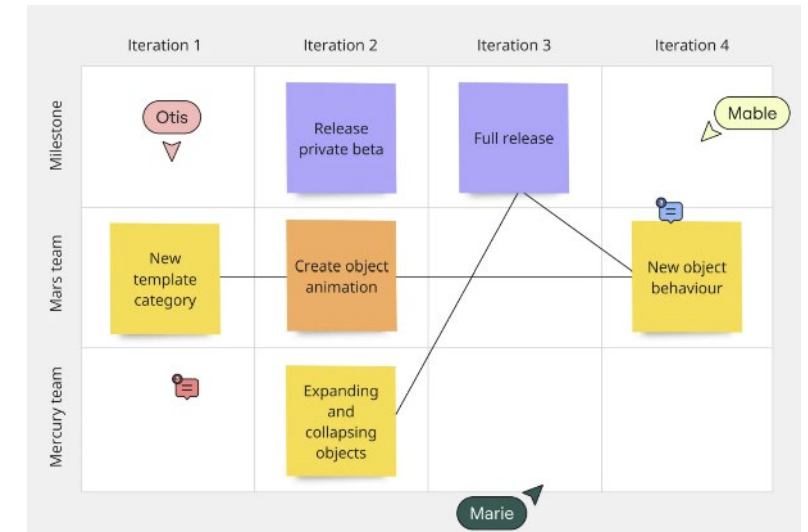
D'autres options incluent [Mural est une société d'intelligence collaborative | Mural, Cacoo | Outil de création de diagrammes en ligne pour la création de diagrammes collaboratifs | Nulab et outil de collaboration sécurisé pour les équipes hybrides | Tableauconceptuel](#)



Étapes pour créer un tableau d'évaluation des idées d'affaires dans Miro

Créer un nouveau tableau:

- Connectez-vous à Miro ou inscrivez-vous si vous n'avez pas encore de compte.
- Démarrez un nouveau tableau à partir du tableau de bord.
- Utilisez l'outil de cadre pour créer des sections distinctes pour chaque critère d'évaluation.
- Nommez chaque cadre avec un critère tel que la taille du marché, l'adéquation du public cible, l'analyse des coûts initiaux, l'évolutivité et les défis potentiels.
- À l'intérieur de chaque cadre, utilisez des notes autocollantes ou des zones de texte pour ajouter des descriptions ou des questions qui guident les aspects spécifiques que les utilisateurs doivent prendre en compte pour chaque critère
- Par exemple, sous Taille du marché, vous pourriez demander : Quelle est la taille estimée de votre marché cible ? Quelles sont les projections de croissance ?



COMMENCER

[Comment utiliser Miro |](#)
[Votre guide de](#)
[démarrage](#)



Étapes pour créer un tableau d'évaluation des idées d'affaires dans Miro

Maintenant, soyez interactif :

- *Incorporer des sondages ou des autocollants de vote dans chaque cadre pour permettre aux collaborateurs de confiance d'évaluer dans quelle mesure l'idée d'entreprise répond à chaque critère.*
- *Utilisez des flèches ou des lignes de connexion pour montrer les relations ou les dépendances entre les différents facteurs.*
- *Activez les commentaires pour que les membres de l'équipe fournissent des commentaires détaillés directement sur le tableau.*
- *Utilisez des icônes et des marqueurs pour représenter visuellement différents aspects de l'analyse, tels que les risques, les opportunités et les forces.*

Ajouter des Ressources

- *Lien vers des ressources externes, des documents de recherche ou des rapports d'analyse de marché directement dans les sections pertinentes pour un accès facile pendant les discussions. Imprimez des images ou des vidéos qui fournissent un contexte supplémentaire ou illustrent des analyses de modèles commerciaux similaires.*



Étapes pour créer un tableau d'évaluation des idées d'affaires dans Miro

Préparation à la révision :

- *Organisez une section au bas ou sur le côté du tableau pour les réflexions finales et l'évaluation globale*
- *Préparez un résumé où les principaux points à retenir et points de décision peuvent être mis en évidence après l'évaluation*

Inviter des participants

- *Partagez le tableau avec les membres de votre équipe, vos mentors ou vos conseillers.*
- *Planifiez une session en direct où tout le monde peut contribuer en temps réel, ce qui rend la session plus dynamique et collaborative*

Options d'enregistrement et d'exportation :

- *Assurez-vous que toutes les modifications sont enregistrées et offrez aux participants la possibilité d'exporter le tableau au format PDF à des fins d'examen ou de documentation*



EXERCICE 2 : Planification MVP et boucle de rétroaction

Objectif: aider les apprenants à appliquer les principes du lean startup pour créer un produit avec des fonctionnalités minimales qui répondent aux besoins des clients et établir un processus de développement itératif basé sur de vrais commentaires des utilisateurs.

1. Définissez l'objectif du MVP :

- **Tâche:** Identifiez et notez le principal problème que votre MVP résoudra. Clarifiez comment il s'aligne sur les besoins de votre marché cible.
- **Outil :** utilisez des outils tels que des modèles de persona client et des cadres d'énoncé de problème pour définir clairement le problème et la façon dont votre MVP le traite.

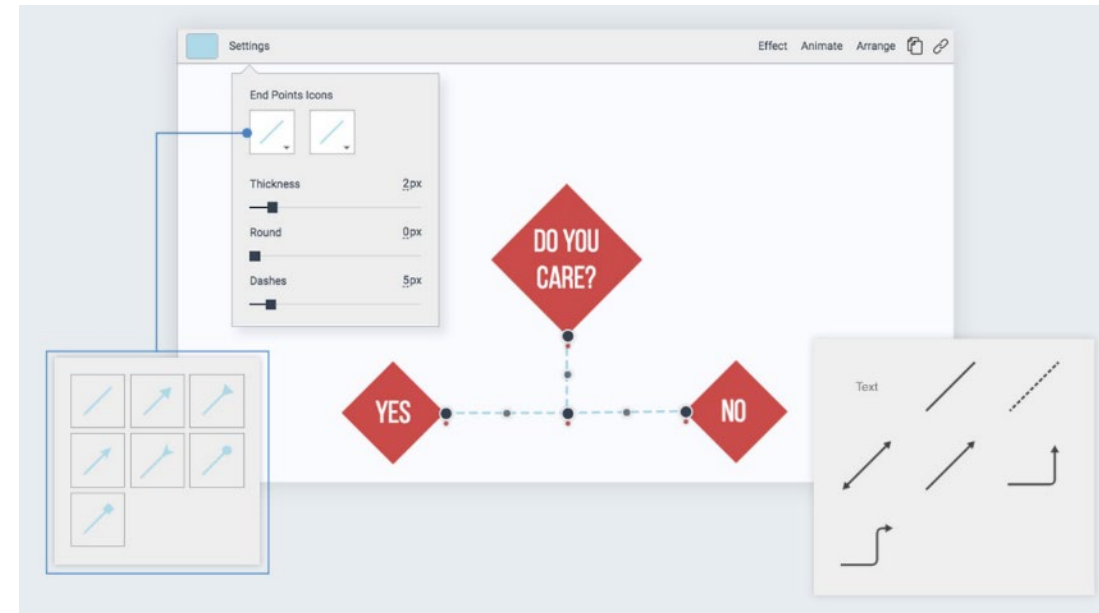
Ces outils incluent **VISME** (voir page suivante) [Modèle de persona utilisateur | Cacao | Nulab](#) et **Userpilot** [11 Exemples d'utilisateur personne et modèles pour créer le vôtre](#)



Étapes pour faire progresser l'outil VISME pour la planification MVP et la boucle de rétroaction

2. Identifier les caractéristiques de base

- **Déterminez les caractéristiques essentielles** que votre MVP doit inclure pour répondre efficacement aux besoins primaires de votre marché cible. Hiérarchisez ces fonctionnalités en fonction de leur impact potentiel et de leur faisabilité.
- **Utilisation de Visme:** créez des grilles de hiérarchisation des fonctionnalités ou utilisez la méthode MoSCoW (Must have, Should have, Could have, Won't have this time) en utilisant les graphiques et les modèles personnalisables de Visme pour visualiser ces priorités.
- **Action:** choisissez un modèle de graphique ou de grille dans Visme et dressez la liste de vos caractéristiques, en utilisant différentes couleurs ou symboles pour indiquer les niveaux de priorité.



REGARDER:

https://youtu.be/Ve3JZtWrFh0?si=qFDGtw_ztKbnEtVH



Étapes pour faire progresser l'outil VISME pour la planification MVP et la boucle de rétroaction

3. Développer le MVP

- **Tâche:** Créez une version de base de votre produit qui intègre uniquement les fonctionnalités de base. Cette version doit être suffisamment fonctionnelle pour répondre aux besoins primaires et être viable pour être introduite auprès des adopteurs précoces.
- **Utilisation de Visme:** utilisez Visme pour esquisser visuellement l'aménagement ou l'architecture du MVP. Vous pouvez créer des organigrammes ou des maquettes directement dans Visme qui représentent l'interface utilisateur et l'expérience utilisateur.
- **Action:** Concevoir une maquette de produit simple ou un diagramme architectural dans Visme qui illustre le fonctionnement du MVP du point de vue de l'utilisateur.

4. Mettre en place des mécanismes de rétroaction

- **Tâche:** Établissez des canaux et des outils efficaces pour recueillir les commentaires des utilisateurs initiaux de votre MVP. Cela peut inclure des enquêtes, des entretiens et des analyses de données d'utilisation.



Étapes pour faire progresser l'outil VISME pour la planification MVP et la boucle de rétroaction

- **Utilisation de Visme:** Concevez des enquêtes interactives ou des formulaires de commentaires dans Visme que vous pouvez intégrer dans votre MVP ou envoyer aux utilisateurs après avoir testé le produit.
- **Action:** créez une enquête visuellement attrayante dans Visme, personnalisez-la en fonction de votre marque et intégrez-la ou partagez-la avec vos utilisateurs.



Étapes pour faire progresser l'outil VISME pour la planification MVP et la boucle de rétroaction

5. Recueillir et analyser le feedback

- **Tâche:** Recueillez systématiquement des commentaires lorsque les utilisateurs interagissent avec votre MVP. Faites attention à la fois aux informations qualitatives et aux données quantitatives.
- **Utilisation de Visme:** compilez et visualisez les données de rétroaction à l'aide des outils de visualisation de données de Visme tels que les graphiques, les diagrammes circulaires et les cartes thermiques.
- **Action:** mettez régulièrement à jour vos données visuelles dans Visme au fur et à mesure de l'arrivée de nouveaux commentaires, ce qui permet une analyse en temps réel et une réponse rapide aux besoins des utilisateurs.

6. Itérer en fonction des commentaires

- **Tâche:** Affinez votre MVP en fonction des commentaires : modifiez les fonctionnalités, corrigez les problèmes et ajoutez éventuellement de nouveaux éléments manquants selon les utilisateurs.



Étapes pour faire progresser l'outil VISME pour la planification MVP et la boucle de rétroaction

- **Utiliser Visme:** mettez à jour vos diagrammes et maquettes MVP dans Visme pour refléter chaque itération. Utilisez les outils de présentation de Visme pour documenter les changements et communiquer les mises à jour aux parties prenantes.
- **Action:** Maintenez un journal itératif dans Visme, présentant l'évolution de votre MVP à chaque cycle de feedback.

Cette utilisation structurée de Visme aide à maintenir la clarté et l'efficacité tout au long du processus de développement du MVP, rendant les informations complexes et les changements plus faciles à gérer et à comprendre.





mosaic
inclusive investing for founders

Bravo pour avoir terminé le module 2.

Ensuite, **Module 3, Littératie financière et planification d'entreprise pour les fondateurs sous-représentés**



www.mosaic4investing.eu

Cette ressource est placée
sous licence CC BY 4.0



Cofinancé par
l'Union européenne

Financé par l' Union européenne. Les points de vue et opinions exprimés n'engagent toutefois que l'auteur ou les auteurs et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive Européenne pour l'Education et la Culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'agence ne peuvent en être tenues responsables.