

# Business Road Trip

de l'idée à la création, suivez le chemin de la Réussite



UNE IDÉE, UN PARCOURS



Explorer son marché

À la conquête du bon business Model

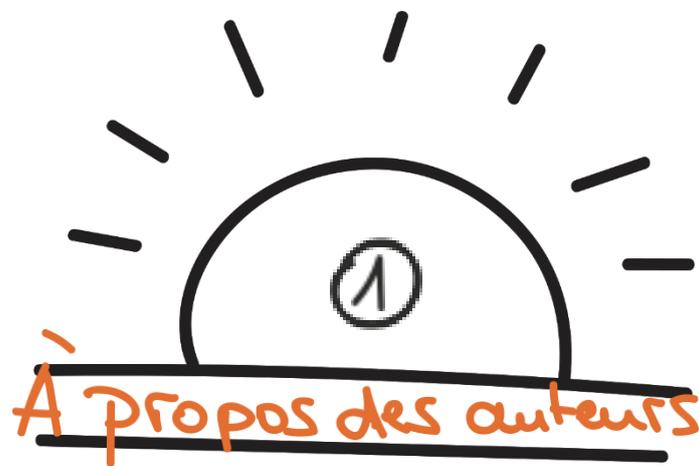


Financer son aventure

Temoignage d'un Baroudeur  
1001 STARTUPS



MYEXPERTTEAM



[Myexperteam.com](http://Myexperteam.com) est la première plateforme collaborative de conseil entre entrepreneurs, par téléphone. En connectant les entrepreneurs entre eux, nous démocratisons le conseil en proposant un mode d'accès au conseil plus facile, plus rapide et moins coûteux. Que ce soit pour vous aider dans la création de votre entreprise, ou pour le développement de votre activité, Myexperteam vous propose des experts renommés pour faire avancer votre business.

Stratégie Digitale, E-commerce, Marketing mobile, Growth Hacking, Levée de fonds, Juridique... Myexperteam est la place de marché des compétences entrepreneuriales !

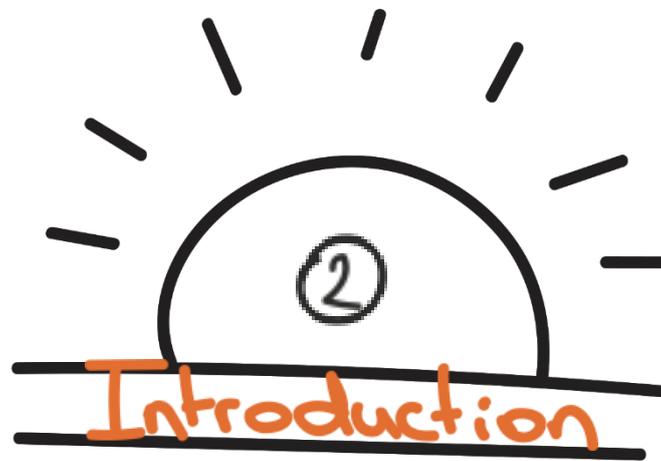


[1001startups.fr](http://1001startups.fr) est un site d'actualité dédié aux startups et aux actualités en lien avec l'écosystème. Nous souhaitons, à travers ce blog, montrer les différents visages de l'entrepreneuriat, toujours excitant, souvent difficile mais jamais ennuyeux!

A travers notre rubrique « La France a d'incroyables startups », nous souhaitons mettre en lumière les jeunes pousses issues de l'ensemble du territoire Français. Notre volonté est d'être le premier relais médiatique des pépites Françaises.

# Sommaire

- ① ..... À propos des auteurs
- ② ..... Introduction
- ③ ..... Une idée, Un parcours
- ④ ..... Explorer son marché
- ⑤ ..... À la conquête du bon business model
- ⑥ ..... Financer son aventure
- ⑦ ..... Témoignage de baroudeur
- ⑧ ..... Conclusion
- ⑨ ..... Lexique
- ⑩ ..... Pour aller plus loin



Beaucoup d'idées traversent notre esprit, cependant combien se concrétisent au profit d'un réel business ? Transformer son idée en projet à succès implique de suivre un itinéraire composé d'étapes minutieuses. Travailler votre idée, la tester auprès de votre cible, définir votre business model et trouver des financements se révèlent être des phases incontournables à la réalisation de votre future entreprise.

L'esprit d'entreprendre c'est pouvoir donner un sens à son rêve, vivre sa passion et choisir la liberté d'action. Tout comme l'aventurier, l'entrepreneur assume ses choix et vit un quotidien exaltant ou la routine n'a pas sa place.

La vie d'un entrepreneur est un voyage passionnant, et si vous nous lisez, c'est que vous ne voulez pas passer à côté ! Pour vous aider à lancer votre business en toute confiance, nous vous proposons cet ebook, qui vous apportera, on l'espère, toutes les informations dont vous aurez besoin.

Ce livre blanc est le fruit d'un travail collaboratif mené avec des entrepreneurs et consultants. Au fil des thématiques, un expert partage avec vous son expérience et ses compétences pour vous guider sur le chemin de la réussite. Pour finir, vous retrouverez également le retour d'expérience d'un startuper devenu référent dans son secteur d'activité.

Ce livre blanc vous permettra de faire le point sur votre projet, d'enrichir vos connaissances et vous aider à prendre la route menant au succès. Peut-être fera-t-il naître chez certains l'envie d'entreprendre ?

Prenez place, notre road trip vers le succès commence ! Nous vous souhaitons autant de plaisir à lire ce livre que nous en avons pris à le concevoir 😊

Bon voyage à tous les lecteurs !





*Julien Pascual est un spécialiste de l'innovation par l'usage et des stratégies produits innovantes. Il nous présente ici le parcours d'une innovation, de l'idée au produit.*

Vous voilà entrepreneur ! Vous avez une idée brillante, vous êtes prêt à en faire une innovation, et bien sûr un succès.

D'ailleurs, vous avez déjà pensé votre discours de remerciement, pour le prix de la meilleure innovation remis par l'académie de la Révolution en Marche, et vous pensez déjà à votre prochaine biographie... C'est normal et c'est un bon départ !

Mais regardons ensemble comment transformer tout ceci en réalité. Et surtout, comment éviter les erreurs les plus courantes. Vous avez une idée. Nous allons découvrir le parcours pour en faire un succès.

Une idée signale une opportunité. Bien souvent c'est une des solutions possibles à un problème qui n'a pas été totalement posé. Or, un bon produit crée un lien rationnel avec son utilisateur. Il satisfait un besoin urgent, répandu et pour lequel l'utilisateur est prêt à payer. Pour vous assurer que votre produit sache créer ce lien, vous aurez besoin d'étudier plus en avant ce problème, d'en comprendre tous les aspects et de vous assurer que votre produit soit une réponse pertinente à celui-ci.

Un bon produit crée aussi un lien émotionnel avec son utilisateur. Il lui raconte une histoire, lui permet de s'identifier, fait raisonner quelque chose en lui. Un bon produit est désirable et mémorable. Il a ce petit plus qui donne irrésistiblement envie de l'essayer. La compréhension du contexte et des utilisateurs vous permettra de comprendre la nature de ce lien.



Par l'observation, l'analyse, la pensée créative et la pensée de synthèse, vous allez mieux comprendre le problème auquel souhaite répondre votre idée, vous former une vision, inventer des usages dont découlera votre produit, et bâtir une stratégie pour rendre cette vision possible. Une bonne stratégie aligne ce qui est désirable avec ce qui est faisable et ce qui est viable. Elle inclue donc l'humain dans son irrationalité et le caractère émotionnel de son comportement, la technologie et l'économie. Une stratégie forte va aligner tous les facteurs qui peuvent contribuer au succès de votre produit et vous ouvrir les portes de l'académie susnommée.

## Etudier votre secteur

Repartons de votre idée. Dans un premier temps posons et comprenons le problème que votre idée essaye de résoudre. Et pour ce faire, cherchons à comprendre le secteur dans lequel votre idée s'inscrit. Ce domaine est celui dans lequel votre idée changera quelque chose et proposera un assemblage d'acteurs, de fournisseurs, de clients, d'intermédiaires, de règles, de dynamiques et aussi de produits connexes, de services associés. Cherchons donc à en comprendre les ressorts et à déterminer les facteurs qui peuvent influencer le succès de votre idée.

Quels sont les acteurs de ce domaine ? Quelles sont leurs attentes ? Comment mesurent-ils la performance de ce qu'ils fournissent ? De ce qu'ils achètent ? Quels sont leurs objectifs, leurs motivations, leurs freins ou inhibitions ? Comment peuvent-ils évoluer dans l'avenir ? Qu'est-ce qui peut venir perturber l'équilibre de ce domaine ?

Et dans le domaine que vous adressez, observez vos potentiels utilisateurs. Comprenez comment font-ils aujourd'hui pour résoudre leurs problèmes et en quoi votre idée peut modifier leurs usages. Quels sont les points positifs, les avantages et les freins de la solution actuelle ? Quels usages garder, quels usages développer, quels usages inventer ?

## De l'espace de valeur à la définition des services

Tout ce travail d'observation, d'analyse et de compréhension doit vous permettre de formuler plus précisément le problème que vous souhaitez régler. Et c'est cette formulation qui par la suite, influencera la conception de la solution à ce problème, à savoir votre produit.

En même temps que vous préciserez le problème, vous vous rendrez compte que votre idée mûrit, évolue, se transforme pour mieux coller à la réalité que vous avez observée et analysée. C'est bon signe, vous avez commencé le chemin qui mène à un bon produit !

Alors comment décrire le problème ? Vous pouvez le décomposer sur plusieurs axes, plusieurs dimensions qui influenceront tout au long de votre projet sa conception.

- La première phase est celle du dessein. Pourquoi faites-vous ce projet, quel est le problème que vous souhaitez résoudre, pourquoi est-ce un problème ? Le dessein décrit ce que vous voulez changer dans le secteur, et pourquoi vous considérez que ce changement sera un succès.
- La deuxième phase est la définition des utilisateurs et du ou des clients. Qui sont-ils ? Dans la mesure où nous allons chercher à créer un lien émotionnel fort avec eux, il est essentiel de les comprendre et comprendre tout ce qui, en eux, peut influencer ce lien : leurs motivations, leurs objectifs, leurs manques. Mais aussi leur craintes, freins et inhibiteurs, ainsi que leur milieu social, leurs tribus, leurs clans et tout ce qui fait leur culture : valeurs, rites, mythes...
- La troisième étape est la définition de la compétition et des acteurs en présence sur le marché. Pour émerger, votre produit doit se différencier. Il convient donc, lorsque l'on pose le problème, d'identifier précisément de qui, et de quoi, on cherche à se différencier. Il faut aussi chercher quels aspects vont créer une véritable différence pour le client ou l'utilisateur.

Ces trois premières phases : le dessein, les clients et la compétition, peuvent être regroupées dans l'espace de valeur, car elles influencent en premier lieu la valeur créée par votre produit pour son utilisateur. Elles vont déterminer les services et les usages que le produit doit proposer. C'est d'ailleurs ce que nous allons présenter maintenant : le produit.

Tout d'abord, concentrons-nous sur ce que votre produit fera ; et ce, indépendamment de savoir comment il le fera, comment il sera fait. Décrivons les principaux usages que votre produit va permettre et donc les services qu'il va rendre pour matérialiser votre dessein, délivrer de la valeur pour vos clients et se différencier des concurrents.

Qu'est-ce qu'un service ? C'est un ensemble de fonctions, de tâches réalisées par votre produit qui permet de répondre à un besoin d'usage. Faire du café est le service fondamental d'une cafetière. Une cafetière qui ne fait pas de café est un grille-pain.



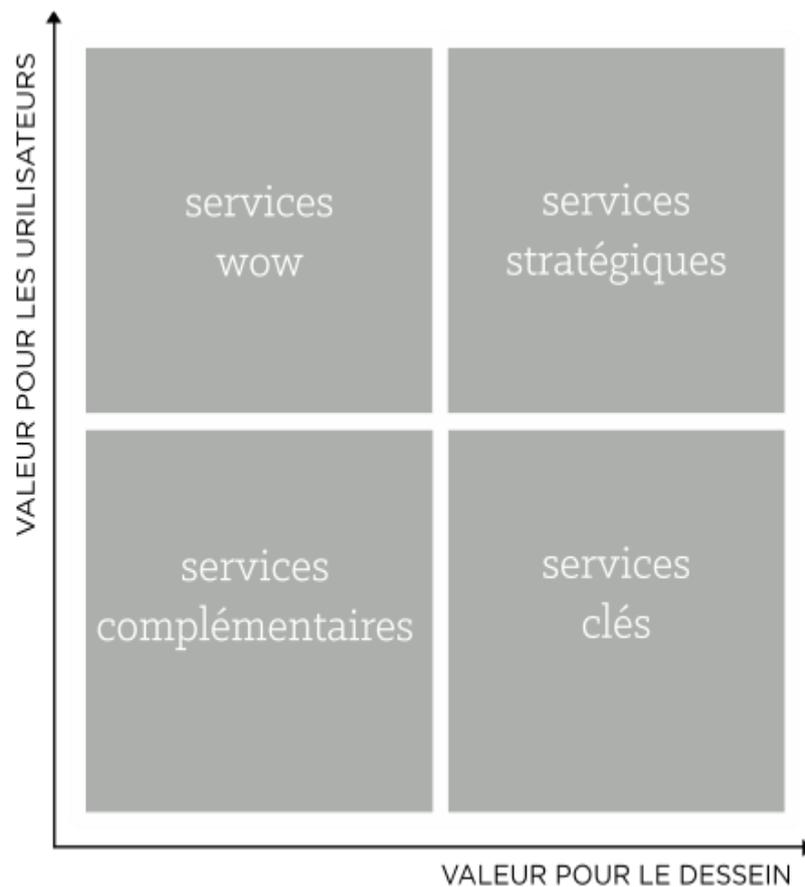
Votre premier acte créatif est donc d'identifier, d'inventer, de trouver les services essentiels de votre produit. Ceux qui sont stratégiques, car ils implémentent le dessein et créent de la valeur. Ceux qui servent à supporter les services stratégiques, ces services sans lesquels le service principal ne peut pas fonctionner.

L'alimentation électrique est par exemple essentielle pour supporter le service stratégique de base qui est de faire le café !

Mais vous devrez aussi identifier les services qui vont faire « wow ! ». Des services qui créent une très grande valeur pour vos utilisateurs, indépendamment de votre design, de la raison d'être de votre produit. Wow ! L'effet est créé par exemple avec Instagram, dans l'utilisation des filtres vintage pour faire de ses photos des œuvres d'art ! Wow : mon Bic Cristal est transparent pour que je puisse savoir s'il reste de l'encre.

Ces services sont essentiels car ils donneront l'envie d'essayer votre produit.

Et puis enfin, il y a les services complémentaires, moins importants, mais qui participent à montrer la cohérence et la complétude de votre produit. La possibilité de programmer l'heure de démarrage de votre cafetière. En soit, ils ne sont pas essentiels, mais s'ils manquaient, votre produit pourrait être perçu comme incomplet.



La matrice des services

## De l'espace de design à la vision produit

Vous avez commencé à poser la vision de votre produit à travers la description de ses services. À ce stade, continuons aussi à poser le problème. Amenons des éléments complémentaires qui vont enrichir sa définition et influencer plus avant votre vision. Posons les 4<sup>ème</sup>, 5<sup>ème</sup> et 6<sup>ème</sup> dimensions du problème.

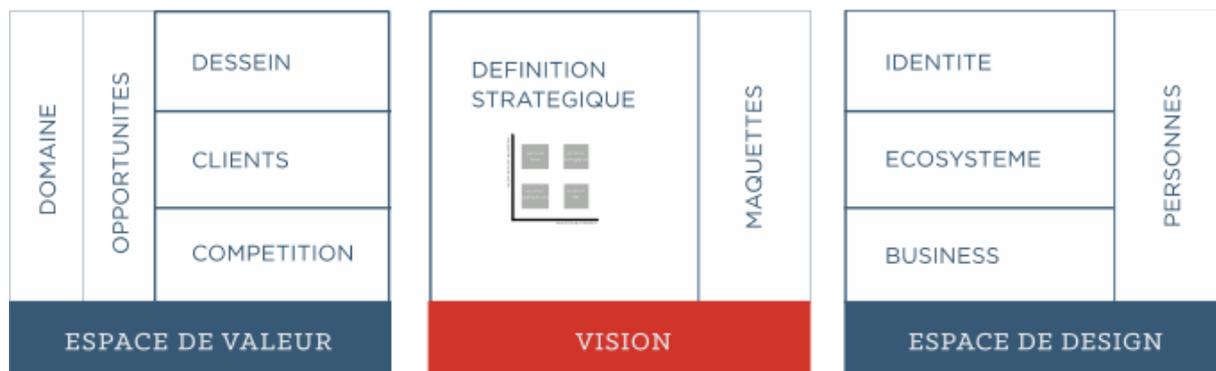
- La quatrième phase est celle de l'identité. Visuellement, de quelle façon dont votre produit se comportera, comment il proposera ses usages. Votre produit exprimera une identité qui participera à l'histoire qu'il raconte. Cette identité doit donc résonner avec votre dessein et surtout dans le cœur de vos utilisateurs, afin qu'ils adhèrent à votre offre.
- La cinquième phase est l'écosystème qui entoure votre offre. Votre produit s'inscrira dans un ensemble d'acteurs et de produits qui interagissent entre eux, qui coopèrent pour satisfaire les besoins de vos utilisateurs. Il est donc essentiel d'identifier quels seront ces produits et quelles seront les relations entre eux et le vôtre.
- La sixième et dernière phase est le business. L'aspect économique est primordial pour toutes activités ou tous produits. Celui-ci doit créer de la valeur, la capturer et la répartir entre tous les partenaires de cette création de valeur. Toute offre doit donc avoir un modèle économique pour être viable. De fait, le modèle de distribution et le prix sont des éléments qui auront une forte influence sur votre produit, son design et sa perception par ses clients.

Ces trois dernières dimensions : l'identité, l'écosystème et le business, peuvent être regroupées dans l'espace de design, car ils influenceront principalement la mise en œuvre opérationnelle.

Vous devrez donc continuer à poser le problème, afin d'identifier des services complémentaires, des services qui aideront à matérialiser l'identité de votre produit, à l'inscrire dans son écosystème et à supporter son modèle économique. Mais vous allez surtout pouvoir commencer à le rendre plus réel, en faisant une ou plusieurs maquettes, en identifiant les technologies clés pour la réaliser, ainsi que les savoir-faire et activités essentielles pour délivrer la meilleure expérience possible à vos clients.

Le maquettage est une phase essentielle, car il permet de converger la créativité, de matérialiser les idées, d'en vérifier leur pertinence et leur faisabilité. Il permet aussi de vérifier la cohérence de toutes les parties, leur juste articulation. La création de maquettes vous permettra de vérifier que votre vision « fonctionne ».

Les maquettes serviront aussi de base à la création de tous les éléments visuels et vidéos ; qui vous permettront de raconter l'histoire du produit, pour pouvoir le présenter d'une manière qui touche l'auditoire : décideurs, investisseurs, membres de l'équipe, analystes... Mais surtout qui vous permettront de faire les premiers tests auprès de vrais utilisateurs ou clients. Autant il est difficile de partager une idée avec un client pour la tester, autant il est plus facile de le faire réagir sur une maquette. Et ces premiers retours conduiront à vos premières itérations. Ils vous aideront à enrichir votre définition du problème, la rendre plus pertinente encore et ainsi améliorer votre offre.



Les 6 piliers d'une vision

## De la vision au produit

Une fois l'observation et l'étude du domaine réalisée, vous avez pu redéfinir le problème à travers ses six dimensions, qui agiront comme les piliers de votre vision du produit. À travers la maquette, l'identification des technologies, des savoir-faire et des activités clés et à travers les éléments pour raconter une histoire, vous aurez posé la vision d'un produit qui répondra au problème. Vous aurez pu ainsi la tester, l'améliorer et la communiquer à tous ceux qui vont participer maintenant à sa mise en œuvre – et c'est un moment clé de votre projet.

La constitution de l'équipe qui vous accompagnera dans la réalisation doit se faire avant tout sur un critère : privilégiez toujours ceux qui partagent la même vision que vous et surtout, qui partagent votre dessein, la cause que vous servez. C'est ce qui soudera l'équipe dans les moments de tempête, et vous garantira que vous ramerez tous dans la même direction.

De votre vision, vous allez tirer une succession de produits. Ayez à l'esprit que votre produit ne pourra pas, et ne devra pas, tout faire, ni s'adresser à tout le monde, tout

de suite. Il évoluera et répondra progressivement à davantage de besoins et donc à plus de clients.

En développant votre produit très itérativement et avec une grande écoute de ce que vous disent vos utilisateurs de leur expérience et de leur usage réel du produit, vous créez un cercle vertueux qui vous permettra au plus vite de trouver votre marché, de le rencontrer et de rester au plus près de ses attentes réelles. Parfois même, votre vision portera en elle plusieurs produits ; je vous souhaite de réaliser et l'iPod et l'iPhone et l'iPad !

Quoi qu'il en soit commencez par la version la plus simple et la plus minimale possible de votre produit. Et une version qui soit viable, c'est à dire qui serve réellement à quelque chose et qui implémente votre dessein.

Appliquez ce mot de Saint Exupéry, qui disait que la perfection est atteinte quand il n'y a plus rien à enlever. Réduisez, simplifiez, choisissez le minimum de services, et développez votre première version de votre produit, celle qui parlera au cœur de cible de vos clients, celle qui trouvera les utilisateurs pionniers, ces « early adopters » si essentiels au succès de votre produit – et surtout son succès viral.



Commercialisez là, écoutez vos clients, adaptez là avec eux, évoluez, itérez ! Votre place à l'académie de la Révolution en Marche est déjà réservée !



*Julien Pascual est spécialiste de l'innovation et des stratégies de produits innovants, et exerce en tant que CEO Europe de l'agence Makibie. Sa démarche de développement de l'innovation se concentre sur la définition du produit en lien avec les dimensions humaines des utilisateurs et des clients.*

*Vous souhaitez obtenir ses conseils personnalisés ?*

[Consultez le profil de Julien Pascual.](#)

---

Votre vision est maintenant plus claire. Vous avez identifié un besoin et vous pensez avoir un produit qui y répond. Maintenant, il est temps de tester votre idée, en mettant en place une offre de base et en validant toutes les hypothèses produit/marché.

Partons découvrir le Lean Startup !



Matthieu Garde est le fondateur de Lean Startup France. Ici, il énonce les fondements et les outils de la méthode du Lean Startup.

Comment être sûr que son produit ou service tienne la route ? Qui sont nos clients ? À quel prix vendre notre produit ? Quels partenariats tisser ? C'est autant de questions que l'on se pose avant de pouvoir démarrer son entreprise.

Le Lean startup est une méthode itérative qui consiste à construire un produit ou un service dont le business model n'existe pas encore. La base de cette méthode repose sur le fait d'établir en amont une ou plusieurs problématiques à valider avant de construire un produit. Et la règle du Lean Startup consiste à tenter de valider ces hypothèses en un minimum de temps.

La première phase du Lean Startup repose sur un management de l'innovation, qui permettra de découvrir son marché et l'expérimenter. Il s'agit de l'essence même du Lean Startup : limiter les risques en accélérant les découvertes. Pourtant la pratique du Lean Startup n'élimine pas les risques, qui sont toujours présents lorsqu'on entreprend.

Le Lean Startup s'applique à toutes les entreprises qui souhaitent proposer un produit ou un service innovant. En effet, lorsqu'il y a création innovante, les clients et le marché n'existent pas encore, et afin de dissiper ce brouillard, l'expérimentation est primordiale. La pratique du Lean Startup s'adapte particulièrement bien aux startups du domaine de la technologie, au web, mais également à d'autres secteurs tels que la restauration, la santé ou les projets de Recherche & Développement.

Le Lean Startup est considéré, à juste titre, comme une méthode agile car elle permet d'avancer vite tout en gardant la possibilité de changer de direction. L'agilité au sens Lean Startup renvoie à la création de business model. L'idée est d'avancer par petites itérations successives, par expérimentation continue en lien étroit avec le terrain, le client, les utilisateurs... afin de proposer un service et un Business Model qui seront consommés par les clients

## La mise en place de la méthodologie

Lorsque l'on démarre en Lean startup, il est nécessaire de commencer par l'identification des hypothèses. La première étape va alors permettre d'éclaircir les hypothèses de son business : Qui sont mes clients ? Quels sont leurs problèmes ? Quelles solutions établir pour les résoudre ? À quel prix la vendre ? Quel est mon modèle économique ?... Il est important d'identifier toutes ces hypothèses tout en gardant à l'esprit qu'il ne s'agit là que de principes.



Une fois les hypothèses bien identifiées, l'étape suivante consiste à les prioriser. Le but du Lean Startup est de les tester pour les valider. Il est impossible de confirmer simultanément toutes les hypothèses et vous devrez donc établir une hiérarchisation. Penser son idée fantastique, y accorder toute son énergie puis se rendre compte que celle-ci s'avère inutile est la principale cause d'échec dans le monde des startups.

Tester est donc primordial et permettra de valider ses problématiques avant de s'intéresser au développement complet de son produit. Le Lean Startup va permettre d'identifier un segment de client, de le rencontrer, de l'interviewer afin de déterminer ses besoins et tenter de les résoudre. L'objectif est de penser comme ses clients, de se mettre dans leurs baskets afin de mieux appréhender leurs problématiques. C'est cette étape qui va permettre de valider l'hypothèse client.



Une fois les problèmes identifiés, il est temps d'établir une solution afin de convertir celui-ci à l'achat. La mise en place d'un Minimum Viable Product est alors le meilleur moyen de valider son offre. Le MVP peut être réalisé à partir de maquettes, de prototypes ou de Landing Pages.

Si les clients valident l'offre, cela génèrera des visites, de la traction. C'est à ce moment-là que l'entrepreneur devra proposer les premières fonctions de son offre qui seront au cœur de la création de valeur.

## La définition des indicateurs

La définition des indicateurs dépend du stade de développement où le projet se trouve. En général, un bon indicateur indique très clairement si l'hypothèse du test est en train d'être validée ou invalidée. Par exemple, en préface d'une interview, on peut partir sur l'hypothèse que si 50% des personnes parlent du même problème que l'on essaye de valider, cela confirmera l'hypothèse. Il s'agit là de mettre en place une métrique qualitative.

Il existe également des métriques orientées produit, par exemple la mesure d'un taux d'érosion (tenter de diminuer le taux de rebond d'un site internet) ou d'un taux de conversion. Les métriques doivent être pertinentes et réalistes, afin de bien interpréter les résultats.

## La validation partielle du produit

Chaque projet est différent et le temps nécessaire à sa validation peut beaucoup varier. La pratique du Lean n'entre pas dans un objectif de validation pure, au contraire. Il est important de noter que les tests vont peut-être invalider certaines hypothèses. En fonction du produit et de la validation ou non des hypothèses, il peut arriver que l'on soit dans l'obligation de repenser entièrement son produit. Cela s'appelle pivoter, c'est-à-dire s'adapter aux attentes du marché pour lui proposer un produit adéquat.

## Le coût du Lean Startup

Le montant alloué à la mise en place de la méthodologie Lean Startup est aléatoire. En effet, une hypothèse à valider peut nécessiter une faible somme comme une plus conséquente. Le paramètre le plus important est le temps que l'on va utiliser pour la validation de l'offre. Ainsi, les dépenses sont généralement proportionnelles au temps nécessaire. Il ne s'agit pas d'une philosophie où « le moins cher gagne ».

Cependant, le Lean startup reste souvent associé à la démarche de bootstrap, car la construction d'un produit très aboutit implique souvent d'engager des moyens importants (recruter des équipes, faire des tests...). Dans cette optique, le Lean Startup et son approche par les tests est accessible à tous les entrepreneurs, mais si l'on veut accélérer le lancement ou le développement de son produit, à un moment, des moyens financiers devront être engagés.

## Le Lean Startup et le Business Plan

Le Lean Startup est une méthode complémentaire au Business Plan. En effet, celui-ci, ne doit pas forcément être établi dès le début, car il s'agit de projections non validées (annoncer ses objectifs pour atteindre un équilibre). De ce fait, les résultats réellement obtenus sont bien souvent différents des objectifs fixés, et donc le fait de rédiger le Business Plan dès le début peut parfois représenter une perte de temps.

Cependant, une fois le business model validé et le cadre d'actions définis, il est nécessaire de se projeter sur le long terme, notamment afin d'acquiescer des investisseurs. Et alors l'écriture du Business Plan est fondamentale.

Le BP n'est pas incompatible avec le Lean Startup, cependant, la méthode préconise d'éviter de gaspiller du temps et de l'énergie donc de ne pas écrire son BP avant de connaître réellement son business model et d'avoir validé la valeur de son produit sur son marché.

## Les outils Lean Startup

Le **validation board** remplacé par l'**experiment board** est un outil proposé par Lean Startup Machine et orienté Customer Development. Il va permettre de mettre en place la rencontre avec ses clients dans le but de valider les problématiques auxquelles on souhaite répondre.

Le **Lean Canevas** est un outil très puissant qui permet de formaliser des hypothèses. Ecrire ses objectifs business est une technique évolutive, qui oblige l'entrepreneur à les simplifier pour les rendre plus claires. En effet, on constate souvent que les entrepreneurs veulent, au début de leur idée, répondre à toutes les problématiques du monde. Travailler sur le Lean canevas va permettre de formaliser l'ensemble de la vision pour se focaliser sur des actions plus précises. Cet outil permet de passer de l'idée à la validation du produit.



Après avoir validé son produit, la prochaine étape consiste à passer d'une projection de produit à l'entreprise. Il s'agit d'une période d'accélération et le **Business Model Canvas** est un outil permettant de réaliser visuellement la façon dont l'entreprise va créer de la valeur.

Il existe également des outils tels que le **focus group**, **les retours d'expériences** et **les réunions** networking qui permettent d'interagir avec les différentes parties prenantes de son environnement et ce, dans le but de partager et d'être conseillé.

Le **Lean startup workshop** est un évènement organisé tous les mois à Paris, durant une matinée, dont l'objectif est de faire découvrir et pratiquer le Lean sur des projets d'entreprises. Il permet de travailler sur un plan d'action à court terme. Il s'agit d'une initiative communautaire gratuite.

Enfin, certains outils gratuits vous permettent de créer une Landing Page, comme LaunchRock, Ubounce ou encore Wordpress.

## Le Lean Startup dans le temps

Le Lean Startup peut être appliqué à tous les stades de la croissance de l'entreprise. Le travail de validation n'est jamais terminé, car une fois que l'on a atteint nos objectifs, de nouveaux apparaissent : s'ouvrir à d'autres marchés, intégrer de nouvelles fonctionnalités au produit, délivrer de la valeur au client,... Ainsi, le travail de validation n'étant jamais achevé, l'entrepreneur doit alors toujours continuer à enrichir son offre et continuer l'utilisation du Lean afin de proposer un produit en adéquation avec son marché. La création de valeur doit être continue pour garder la cible en haleine et éviter la lassitude.

*Matthieu Garde est le fondateur de Lean Startup France. Grand passionné de l'entrepreneuriat, Matthieu enseigne la méthode du Lean Startup aux entrepreneurs désireux d'adopter une technique d'innovation itérative, et permettant de ne pas gaspiller de temps et d'argent.*

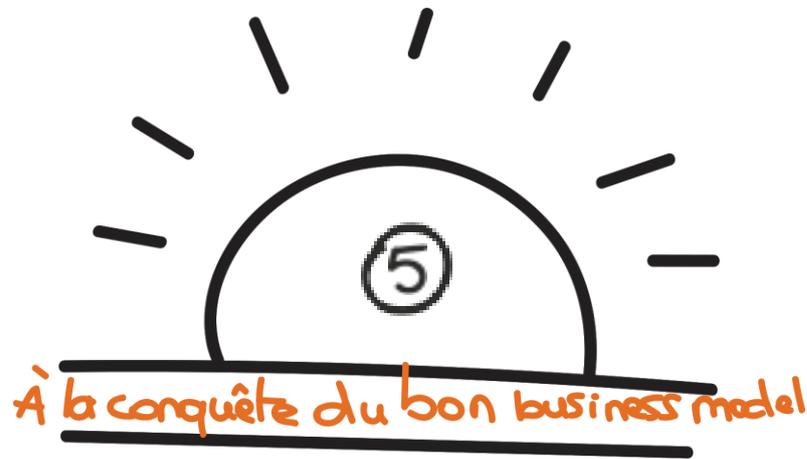
Vous souhaitez obtenir ses conseils personnalisés ?

[Consultez le profil de Matthieu Garde.](#)




---

Vous avez maintenant adapté votre offre pour qu'elle corresponde aux besoins de vos clients. Vous devez alors trouver le Business model en adéquation avec votre activité et les attentes de vos clients.



Lyes Ghamissou est consultant en Business Model. Dans cette partie, Lyes définit la notion de Modèle Economique et nous présente les principaux Business Model émergents.

## Définition et notions

Pour la plupart des entrepreneurs, le business model ne renvoi qu'à la notion de modèle de revenu. Cependant, le Business Model représente également la façon dont on va créer de la valeur avec son entreprise.

Pour prendre un exemple, si l'on choisit la vente directe ou indirecte, le modèle économique sera totalement différent.

Le modèle économique comprend en réalité tous les éléments qui permettent de créer de la valeur pour l'entreprise, et l'élément clé est la rentabilité. En effet, certaines entreprises vont nécessiter pour chaque vente, une dépense proportionnelle : production, coût d'acquisition client, frais de distribution... De ce fait, même si leur chiffre d'affaires est conséquent, les charges liées à la génération de ce revenu seront également importantes. Pour d'autres, pour chaque vente supplémentaire, les dépenses ne seront pas proportionnelles à l'augmentation de chiffre d'affaires, et cela permettra ainsi de dégager une meilleure rentabilité dans le temps.

Ainsi, au-delà des revenus, il est nécessaire de voir la chaîne de valeur dans son ensemble, pour bien appréhender le business model et juger de sa pertinence.



## La génération de revenu

Un des piliers fondamentaux du business model est la proposition de valeur :

- Quel est le service que l'entreprise propose à ses clients et face à quels clients ?
- Au-delà des revenus, comment produire de manière efficace mon service ?

Le BM est un modèle de revenu qui prend en compte les éléments structurants c'est-à-dire les modèles de vente, tel que le B2B, B2C ou le B2B2C. Mais depuis peu, on assiste aussi à un nouveau modèle lié à l'économie collaborative, le modèle C to C.

## Les Business Models émergents

### Le partage de revenu

Le partage de revenu est un modèle qui s'est fait connaître grâce aux plateformes de musiques, comme Deezer et Spotify. Ces sites donnent accès à un catalogue de musiques par abonnement et partagent les revenus avec les sociétés qui fédèrent les ayants droit (les propriétés des musiques). Par exemple, Spotify redistribue à hauteur de 0.3 cent par écoute de chaque musique.

Ce type de modèle économique entraîne des changements structurels dans les industries, que ce soit à court ou moyen terme. L'arrivée de Netflix en France perturbe à ce même titre le paysage Audiovisuel Français, comme l'a fait précédemment Deezer dans la musique.

### Peer to peer

Le principe du Peer to Peer repose sur la mise en relation entre les individus pour partager, vendre ou louer des biens ou des services entre eux. Les entreprises ayant ce genre de modèle sont en général des intermédiaires de confiance, qui facilitent la relation économique entre deux consommateurs. Elles vont permettre l'échange relationnel sous le signe de la confiance et leur commission varie en général de 10-20%.

Myexperteam est dans ce modèle collaboratif, tout comme BLaBlaCar, BedyCasa, Cookening ou encore HelloMentor...

Dans le Peer to peer, le revenu peut découler de :

- La vente d'un produit
- La vente d'un service
- La location

### Le modèle gratuit

Le web a permis de faire émerger un tout nouveau mode de business model, le gratuit. De fait, les questions les plus fréquentes qui se posent lorsqu'on parle de Business Model concernent les modèles gratuits.

La presse gratuite, les réseaux sociaux ou les applications mobiles sont les services gratuits que l'on utilise le plus aujourd'hui. Lorsque le service est gratuit pour le client, le modèle de revenu pour l'entreprise se fait souvent par la publicité. Ainsi, lorsque c'est gratuit, c'est le client le produit !



En effet, les consommateurs, au travers de leur Smartphone et des cookies, émettent et produisent tout un tas de données qui vont offrir aux annonceurs de nouvelles opportunités publicitaires qui sont sans limite.

### Le freemium

Il s'agit d'un modèle économique où la première utilisation du service est gratuite. Cependant, pour obtenir un service plus poussé ou pour davantage de temps d'utilisation, il sera nécessaire de payer et donc dépasser à la version premium. L'idée sur laquelle repose ce Business model est que les utilisateurs qui accèdent au service gratuit se familiarisent avec l'offre puis consomment le service payant. En effet, lorsque les utilisateurs aiment consommer un service, ils vont se retrouver limités dans leur utilisation, ils souhaiteront passer à la version premium. Par exemple, le New York Times propose 20 articles gratuits, le Petit Futé permet d'accéder à 60 pages de guides en ligne, Dropbox limite la capacité de stockage... L'offre premium est souvent ensuite offerte sous forme d'abonnement.

### Le SAAS (software as a service)

C'est le fait d'utiliser un logiciel comme un service, c'est-à-dire en payant un abonnement mensuel ou annuel. Généralement, la facturation sera faite à l'utilisateur. Le SAAS renvoie à la notion de Cloud (utilisation de serveur à distance), où l'entreprise va accéder à son logiciel et ses données directement.

Ce business modèle est généralement intéressant pour l'entreprise, car lorsque l'on développe le software, il y a peu de coûts supplémentaires liés à l'utilisation. L'enjeu principal pour ces entreprises réside dans les coûts d'acquisitions clients.

## La notion de Scalabilité

On parle beaucoup de modèles « scalable » dans l'écosystème startup. Cette notion renvoie à deux facteurs :

- Économie à rendement croissant :

Pour les modèles à rendements croissant, lorsque le service est produit, tous les revenus supplémentaires n'engendrent pas un coût supplémentaire proportionnel. Pour les entreprises qui ont ce type de modèle, le coût de production d'une nouvelle unité est décroissant. En effet, dès lors que ces entreprises ont passé leur palier de coût fixe, cela devient extrêmement rentable.

L'enjeu est alors de croître rapidement et de se positionner référent sur le marché. Ce modèle est souvent le plus recherché chez les investisseurs afin que l'entreprise remporte le marché et prenne la place de Leader.

- La notion de dimension :

La dimension de marché prend son sens lorsque le produit ou le service concerne un besoin générique et vise un marché mondial. Lorsque les contraintes marchés et les contraintes techniques sont faibles pour l'internationalisation, l'enjeu est de faire utiliser son produit/service par le plus de gens possibles.

Afin de savoir si le Business Model est efficace, il est important de connaître le coût d'acquisition client. Les modèles économiques viraux (comme Facebook ou Leetchi par exemple) vont permettre de limiter ce coût. En revanche, si le service n'est pas collectif, l'entreprise ne va pas pouvoir faire jouer la viralité et donc devra engager des coûts marketing importants pour engendrer du revenu.

## La valeur sociale

La notion de valeur est également importante dans le Business Model. La valeur repose sur le fait que l'entreprise est intégrée dans un écosystème complet : clients, fournisseurs, médias... qui vont questionner, apprécier et juger l'entreprise, notamment sur sa valeur sociale.



Les médias sont particulièrement friands de toutes les initiatives qui permettent de contribuer à la société au sens large. Par exemple, le modèle BOGO (buy one give one) consiste à donner un produit pour tout achat effectué. C'est le cas de Jimmy Fairly en France qui s'est fait notamment connaître grâce à ce modèle.

Le Business model peut être une innovation à part entière. En effet, lorsque l'on choisit un modèle économique innovant, cela permet de créer une ouverture sur un marché parfois ancien et concurrentiel, comme le démontre les succès de Soptify, Deezer et Airbnb. L'innovation actuelle consiste à transformer un achat en usage, et ainsi offrir des biens et services accessibles, alors qu'ils étaient auparavant jugés trop chers.



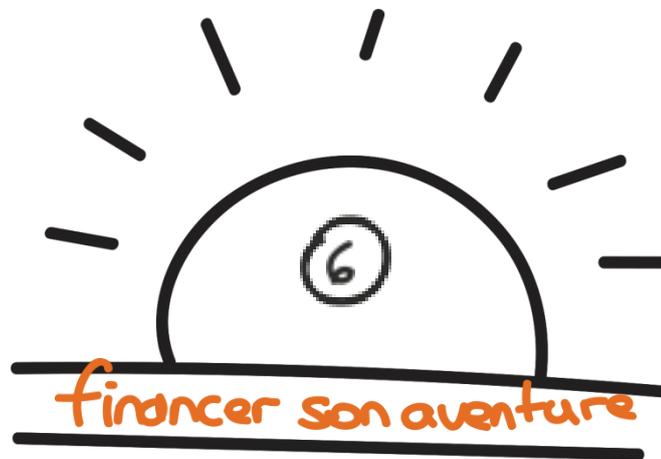
*Lyes Ghamissou est consultant en Business Model et en financement des entreprises innovantes. Il accompagne les entrepreneurs dans leurs recherches de Business Model efficaces et innovants.*

*Vous souhaitez obtenir ses conseils personnalisés ?*

[Consultez le profil de Lyes Ghamissou.](#)

---

Maintenant que vous avez validé votre offre en testant votre marché et en définissant un modèle de revenu, il est nécessaire de recourir aux premiers financements !



Xavier Milin, est un spécialiste du financement des Startups. Dans cette partie, Xavier vous présente l'ensemble des moyens de financement dont un entrepreneur peut bénéficier lors de la création d'entreprise.

## Le bootstrapping ou l'autofinancement

La notion de « bootstrapping » est apparue au XVIIIème à l'époque du Baron Munchhausein. Pris au piège dans un marécage, celui-ci a tiré sur ses bootstrap (boucles sur les boots) pour s'en extraire. Comme l'illustre cette histoire, le terme bootstrapper signifie se débrouiller seul, en utilisant les moyens du bord. Le mot bootstrapping, en tant que tel, signifie « effort ».



Appliqué au monde de l'entrepreneuriat et des startups, cette notion met en évidence le fait d'utiliser ses propres moyens et la génération de son chiffre d'affaire pour financer son projet. Autrement dit, cela s'appelle l'autofinancement.

Avec le bootstrapping, nous sommes donc dans une logique d'économie dans le sens où il s'agit de faire le maximum avec le minimum. Cela implique souvent qu'il est nécessaire de générer un minimum de chiffre d'affaires, soit avec l'activité principale, soit avec une activité en parallèle, comme du conseil par exemple.

Certaines entreprises choisissent de se tourner vers le marché du B to B dans le but de générer du cash afin de financer son projet sur le B to C. Cependant, le risque peut être de s'éparpiller et petit à petit d'abandonner sa vision du départ. Par ailleurs, travailler avec des entreprises ainsi que des grands groupes, cela s'apprend : les techniques de ventes sont particulières, les délais sont contraignants, le temps pour signer un contrat et les délais de paiement peuvent être particulièrement long.

L'argent dégagé par cette activité secondaire va être utilisé comme un levier afin d'apporter du cash pour le financement et/ou le lancement du projet principal.

Une des premières aides en France qui permet à beaucoup d'entreprises de bootstrapper est représentée par les allocations chômage. À ce titre, Pôle Emploi constitue peut-être le plus gros « fond d'amorçage » aujourd'hui en France 😊

Les entrepreneurs qui vont bootstrapper bénéficient souvent d'aides et subventions qui vont leur permettre d'investir un peu dans leur business sans user toutes les ressources de l'entreprise.

Un entrepreneur qui réussit son bootstrapping est quelqu'un qui prouve ses talents de gestionnaire et qui met en avant son côté courageux. Attention cependant, à trop vouloir pousser cette pratique, on peut parfois passer à côté de sa croissance. En effet, le fait de bootstrapper vous met dans une logique d'économie et par conséquent, vous consacrez moins de temps au développement de votre activité en tant que telle.



Les entreprises qui bootstrappent choisissent souvent de ne pas investir dans la communication et les relations pressées. Ne pas investir dans sa visibilité, c'est parfois laisser passer l'opportunité de se faire connaître. Et lorsque l'on choisit de ne pas créer une communauté et de ne pas communiquer, on prend le risque de laisser passer la concurrence devant soi. En effet, un concurrent qui misera davantage sur la communication et la visibilité vous devancera toujours en termes d'image, même si son projet est moins avancé !

De plus, la visibilité et la communication sont très importantes pour le début de votre projet car ce sont elles qui vous permettront souvent de trouver vos premiers investisseurs. Alors même si cela demande beaucoup de temps et de contraintes, il faut parfois investir pour sa visibilité !

## Les financements liés à la création

- L'importance du capital de départ

Pour bénéficier d'aides, il faut souvent avoir mis un minimum de fonds dans son capital de départ. Aujourd'hui, bien que l'on puisse créer beaucoup de formes d'entreprises avec 1€ symbolique, cela reste, de mon point de vue, peu recommandé. D'une part, car cela limite considérablement les actions pour démarrer et communiquer mais d'autre part cela restreint les aides. De plus, lors d'une levée de fonds, les investisseurs (Business Angel ou Love Money) sont souvent regardants quant au capital de la société avant d'envisager d'investir. De ce fait, une entreprise avec un faible capital de départ sera pénalisée par rapport aux projets plus ambitieux.

#### - Les prêts

Lorsqu'on crée une entreprise, il est parfois difficile d'être crédible auprès de son banquier. L'idéal est souvent d'injecter 10000€ dans son capital afin d'être pris au sérieux par les banquiers et cela constitue également une ouverture à certaines aides publiques.

Le montant des prêts accordés peut représenter jusqu'à trois fois le capital. Outre le montant en lui-même, l'avantage du prêt est le gage de crédibilité qu'il représente. Il agira souvent comme un effet de levier pour bénéficier d'autres financements comme des subventions, crédit d'impôt, incubateurs... Cependant, attention, il faut avoir conscience que l'aide ne finance jamais 100% du projet et qu'il est nécessaire en parallèle de continuer à développer son chiffre d'affaires.

En termes d'aides publiques, BPI est un des principaux acteurs qui offre des prêts aux entreprises innovantes. Il faut savoir qu'il est souvent nécessaire d'avancer l'argent du prêt avant de le toucher. En effet, pour débloquer les aides, la BPI demande souvent que le fond propre soit égal à la somme demandée. Cependant, au démarrage d'une entreprise, il est rare d'avoir une somme pareille. Cela signifie que pour la demande d'une aide BPI de 10000€, il faudra disposer de la même somme en fonds propres.

Ainsi, il est nécessaire d'étudier les différents prêts envisagés et leurs conditions d'attributions avant d'accéder à la demande d'aides. Il faut y aller par étape et s'assurer que les fonds propres soient suffisants pour accéder à l'aide en question.

#### - La Bourse Frenchtech

Depuis peu, la bourse Frenchtech, financé par la BPI et l'INPI, permet de soutenir la création de projets et de startups de moins d'un an, et dont l'innovation repose sur un caractère non technologique. De ce fait, cette bourse permet le développement des projets qui se trouvent dans une phase de maturation, et qui ont besoin de valider le marché ou de lever certains verrous.

En touchant l'ensemble des entrepreneurs mais également ceux qui n'ont pas encore créé leur entreprise, la Bourse Frenchtech s'inscrit dans une démarche d'encouragement à l'innovation. Avec une enveloppe d'à peu près 10 millions d'euros, cette bourse va être distribuée par des montants plafonds de 30000€. Afin de solliciter cette aide, il suffit de se rapprocher de la BPI la plus proche de vous.

#### - Les concours

Peu de personnes pensent aux concours pour recevoir des aides. Si cela n'est pas toujours très rémunérateur, les concours peuvent permettre tout de même de bénéficier d'un premier financement. Cependant, le plus gros bénéfice des concours reste la visibilité ! En effet, les concours permettent d'envoyer un message de communication fort, notamment auprès des organismes et des financeurs potentiels. Un



concours peut donc générer un levier de communication peu cher et efficace. Afin de bénéficier du meilleur retour sur investissement, il est conseillé de cibler les concours en adéquation avec son projet.

Toutes les aides présentés ci-dessous permettent d'accéder aux premiers financements lorsque vous créez votre entreprise. Cependant, la constitution d'un dossier d'aide est souvent compliqué : quels termes employer, comment mettre en avant son côté technologique, la caractérisation de l'innovation... Les entrepreneurs intéressés par les aides publiques à l'innovation doivent alors être accompagnés par des pépinières d'entreprises qui seront en mesure de les accompagner dans cette démarche. L'étape de la constitution d'un dossier est souvent lourde, bureaucratique et les délais d'attentes sont d'en moyenne 3 mois. Il est alors vital pour les entreprises de développer son business en parallèle.

## Les premières « levées de fonds »

- Le cercle Friends & Family

Une pratique de plus en plus courante pour les entrepreneurs est de réaliser un premier tour de financement auprès de ses proches. En effet, la levée de fonds, peut se diriger dans un premier temps auprès d'un cercle proche tel que ses parents, amis, amis d'amis... Il s'agit d'une levée de fonds en « Friends & Family » ou également appelée « Love Money ». C'est une pratique favorable à tout entrepreneur puisqu'elle le confronte au partage du capital et l'oblige à effectuer des comptes rendus auprès d'un board. Dans ce cas, il est tout de même nécessaire de connaître un minimum les personnes entrantes dans votre capital.

La levée de fonds en Friends and Family entraine toujours un certain nombre de questions : Comment présenter son projet ? Quelle histoire raconter ? Quelles promesses faire ? Quelles seront les règles de cohabitation ? C'est autant de questions qu'il faut se poser lors de l'ouverture de votre capital. Il faudra alors songer à rédiger des statuts, un pacte d'actionnaires et mettre en place des règles de bon fonctionnement pour maintenir une relation avec ses proches basée sur la confiance. Par ailleurs, le pacte d'actionnaires permettra de cadrer les personnes qui souhaitent trop s'immiscer dans votre business, en établissant une hiérarchie de décisionnaire claire pour toutes les parties.

Ce premier cercle d'investisseurs va vous permettre d'avancer, de développer votre activité, de générer vos premiers chiffres d'affaires et d'amorcer une seconde levée.

- La « stupid money »

Il existe certaines personnes, presque inconnues du monde de l'entrepreneuriat, qui se mettent soudainement à investir dans un business. En général, celles-ci investissent sans jamais vraiment s'intéresser au projet en question. Lorsqu'elles sont entrées au capital, ces personnes se sentent l'âme d'un grand entrepreneur mais sans tout comprendre à cet écosystème et peuvent alors poser beaucoup de problèmes.



En général, un investisseur sérieux est quelqu'un qui entrera dans les détails de votre business et posera de bonnes questions, signe d'intérêt pour votre projet.

Une des étapes possibles, après la levée en « Friend & Family » est le crowdfunding qui doit être considéré comme un complément d'investissement. Lorsque l'on fait une levée en crowdfunding, il est nécessaire de « buzzer » autour d'actualités et faire « un maximum de bruit » autour de soi.

Il existe de nombreux site de crowdfunding, tels que FundMe, Anaxago ou Smartangel, qui sont les principaux sites de financement des startups.

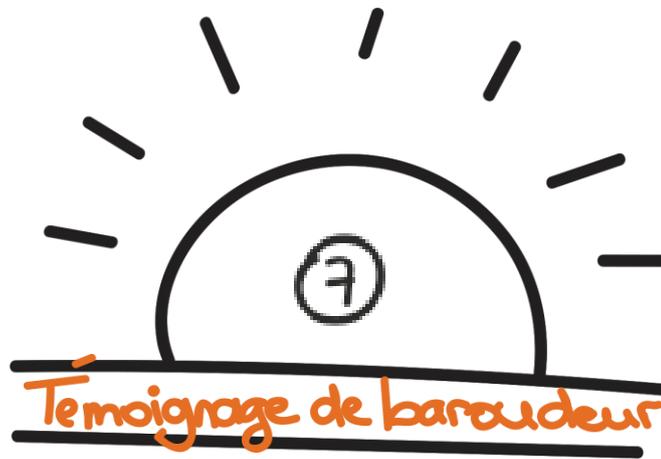
*Xavier Milin est Business Angels, fondateur de Basic Finance et dirige par ailleurs le Startup Leadership Program. Vous souhaitez obtenir ses conseils personnalisés ?*

[Consultez le profil de Xavier Milin](#)




---

On l'espère, vous avez jusqu'ici récolté de nombreuses informations pour bien démarrer votre aventure entrepreneuriale. Nous terminons ce livre blanc en partageant avec vous le parcours d'entrepreneur de Cédric O'Neill, co-fondateur de [1001pharmacies.com](http://1001pharmacies.com)



*Cédric O'Neill est le co-fondateur de 1001pharmacies. Son business est aujourd'hui leader sur le secteur de la vente de médicaments en ligne. Cédric partage ici avec nous son parcours de startuper.*

« J'étais en quatrième année de pharmacie et j'avais, depuis toujours, l'envie de créer mon entreprise. Nous étions en 2010 et on parlait alors beaucoup de la libéralisation de la vente de médicaments sur internet.

J'ai alors voulu profiter de cette future opportunité et ainsi ouvrir les portes de ce marché encore méconnu. L'organisation du Startup Weekend de Toulouse s'est présentée comme une véritable chance de présenter mon idée. J'ai ainsi « pitché » mon projet de vente de médicaments en ligne mais celui-ci n'a pas été retenu, essentiellement du fait des verrous règlementaires associés au projet (« ce n'est pas légal », « c'est compliqué juridiquement »). Finalement, c'est à la fin du week-end que j'ai rencontré Sabine avec qui nous avons travaillé durant 2 mois sur le projet avant de décider de cofonder 1001pharmacies.

- La création

N'ayant aucune formation business, je me suis tout d'abord tourné vers la CCI pour bénéficier de premiers conseils. Mon projet étant trop disruptif, les CCI m'ont conseillées d'attendre pour monter mon projet, et j'ai alors décidé d'intégrer une pépinière d'entreprises. C'est pendant cette période que j'ai fait la connaissance de deux futurs investisseurs, un particulier et une SSII de Montpellier qui souhaitait investir pour développer notre site internet. Notre investissement de départ s'élevait alors à 100000€.



L'entreprise 1001pharmacies a été créée fin 2010 et le travail avec le prestataire a commencé dès l'année 2011. Mais on a vite déchanté ! Au bord de la faillite, le prestataire n'avait plus de personnel pour développer le site et nous avons finalement été contraints de bosser avec des freelances !

- Accélération

Nous avons pu achever la version beta du site en bénéficiant d'un prêt d'honneur de 50000€ en octobre 2012, c'est-à-dire exactement 2 ans après la création de l'entreprise.

Début 2013, nous avons commencé à communiquer et à ce moment-là, la vente de médicaments sur internet était à la une de l'actualité. Nous avons surfé sur l'actualité et avons été relayé sur les médias. Cette notoriété nous a offert une bonne visibilité et a contribué à la réalisation de notre première levée de 600000€.

- Ses conseils

Lorsqu'on est jeune entrepreneur, on doit tout apprendre sur le terrain. N'ayant aucune formation en webmarketing, j'ai dû me former pour devenir aussi bon que notre responsable web. Un dirigeant d'entreprise doit avoir une vision d'ensemble sur ses activités et une vision de développement.

Lorsque notre site internet a pris du retard, nous avons alors décidé de monter un blog en parallèle. Cela nous a permis d'acquérir une communauté pour 1001Pharmacies avant le lancement du site, ce qui était, à ce moment-là, la meilleure solution à adopter.

Nous pensions également que les levées de fonds interviendraient rapidement. Seulement peu de personnes ne croyaient en nous au début de notre aventure. Le principal enjeu est donc de rester motivé dans le temps, d'avancer et se prouver par soi-même que l'on est capable de construire un business et capable de le développer.

Le plus difficile lorsque l'on est entrepreneur est de rester « focus », surtout au début de son projet. L'écosystème startup nous amène à rencontrer beaucoup de personnes et on peut passer au final plus de temps dans les cocktails et les salons qu'à travailler sur son projet. Voilà pourquoi il est important de faire preuve de détermination et rester concentré sur son business, la notoriété fera naturellement le reste 😊

Depuis ma rencontre avec Sabine jusqu'au lancement de la première version du site, il s'est écoulé exactement deux ans. Notre première levée de fonds de 600.000€ est intervenue 1 an après notre lancement. Nous venons de finaliser une seconde levée de fonds de 2 millions d'euros, et sommes aujourd'hui le leader de la vente de médicaments en ligne.





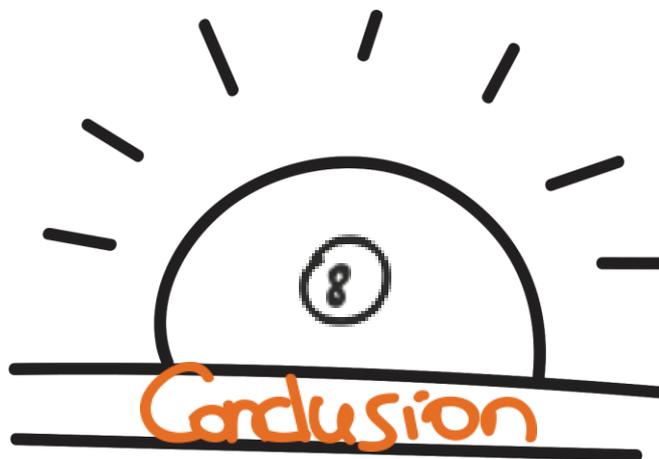
Cédric O'Neill est le co-fondateur de 1001pharmacies.com  
Il a développé pour son propre business des compétences fortes en e-commerce et levée de fonds.

Vous souhaitez obtenir ses conseils personnalisés ?

[Consultez le profil de Cédric O'Neill.](#)

---

Vous arrivez maintenant au bout de la première partie de votre Road Trip. Si vous aviez une idée de business ou envie de créer votre entreprise au début de ce livre blanc, nous espérons que vous êtes maintenant prêt à embarquer dans cette grande aventure qu'est l'entrepreneuriat !



Dans le monde des start-up, on dit que la vitesse et la qualité d'exécution priment sur l'idée. Car une idée ne vaut rien si elle n'est pas bien exécutée. A vous maintenant de transformer votre idée en business, à tester votre marché, tester votre offre auprès de votre cible et de trouver le bon business model, qui vous permettra de délivrer de la valeur à vos clients. L'entrepreneur est un véritable aventurier, qui doit découvrir, explorer, défricher, et parfois même lutter pour sa survie !

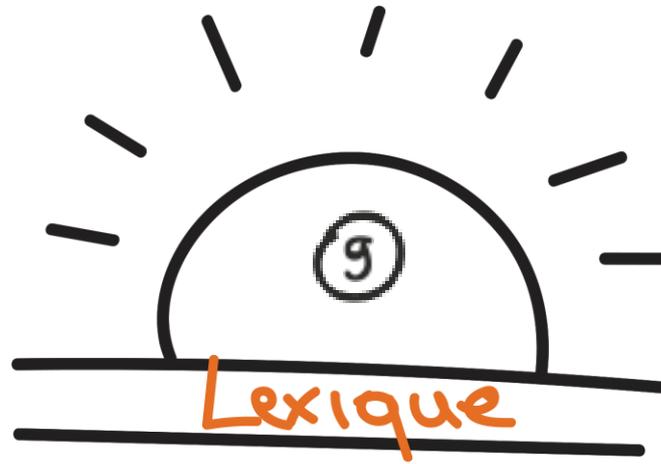
Financer son démarrage constitue l'un des premiers challenges auquel vous devrez faire face, si vous ne disposez pas de fonds personnels ou familiaux. Il vous faudra alors faire preuve d'imagination, de persévérance et de persuasion, pour convaincre les différents acteurs, publics ou privés, de vous suivre au début de votre chemin.

C'est pourquoi, vous devrez procéder avec méthodologie, et mener votre développement étapes par étapes. Il sera plus facile de trouver des financements lorsque vous aurez prouvé, même partiellement, votre offre et votre business model, avant de vous développer plus largement.

Bien que ce livre blanc ne soit pas exhaustif, il vous permettra de structurer votre démarche entrepreneuriale, et de poser les bonnes bases pour tester votre idée et trouver un marché sans que cela vous demande trop de fonds. Cependant, le chemin est souvent semé d'embuches et plus long et que l'on ne le pense, et il est primordial de savoir s'entourer. La plupart des organismes d'accompagnement vous permettront d'encadrer votre création, et de vous fournir les bases généralistes. N'hésitez pas à compléter cet accompagnement de feedbacks d'entrepreneurs, et de fédérer autour de vous des mentors, qui vous permettront de bénéficier de leurs expertises et de leurs réseaux.

Vous avez peur ? Vous êtes excité ? C'est normal, car créer son entreprise c'est un peu sauter vers l'inconnu. Beaucoup d'étapes vous attendent, avec à chacune d'elles, des défis à relever.

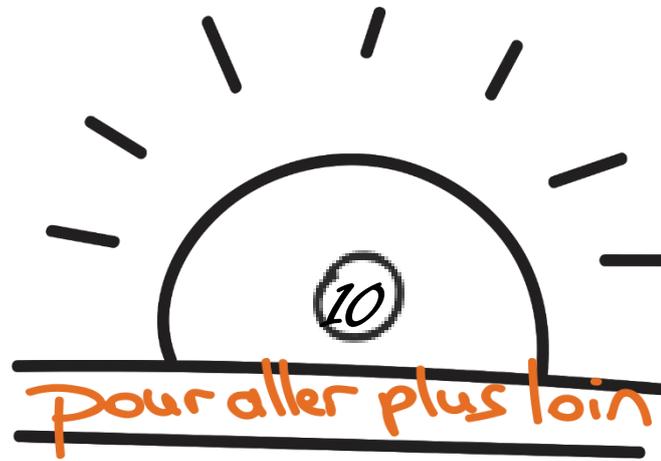
Mais on en est sûr, vous allez vous dépasser et vous allez assurer ! Bon voyage, il sera, on en est sûr très riche en apprentissage 😊



**Board:** Cette notion est employée pour désigner un comité consultatif (conseil de surveillance, conseil d'administration...). Lorsque l'on ouvre son capital à des investisseurs, il devient indispensable de les consulter avant toute prise de décision mais également de leur rendre des comptes.

**Pitcher :** Le pitch est la présentation orale de votre projet d'entreprise devant un auditoire. Il s'agit de pouvoir présenter clairement votre activité en peu de temps. Un pitch est utilisé lors de demande de levée de fonds auprès d'investisseurs. La présentation orale est pour la plupart du temps accompagné d'un support de type Powerpoint.

**Business Angels :** Il s'agit d'une personne physique souhaitant investir dans un projet d'entreprise innovant. Grands passionnés des aventures entrepreneuriales, ils apportent non seulement un aspect financier au porteur de projet mais également un grand réseau de compétences, de contact et une certaine expérience.



Vous souhaitez créer votre entreprise et souhaitez obtenir des feedbacks d'entrepreneurs, ou bénéficier de compétences spécifiques ? [Myexperteam.com](http://Myexperteam.com) vous connecte avec les meilleurs experts de l'entrepreneuriat. Véritable place de marché de compétences entrepreneuriales, Myexperteam est le nouvel Advisory Board des entrepreneurs : simple, rapide et pas cher !

Nos clients en parlent :

#### **Frédéric – Toutmontpellier.com**

« Au début de ma levée de fonds, j'ai beaucoup apprécié ma discussion avec Guillaume. Très accessible et disponible, il a su m'éclairer sur plusieurs points importants et va indéniablement me faire gagner beaucoup de temps. Merci Guillaume et Merci Myexperteam ! »

#### **Rémi – mavellesports.fr**

« Une discussion franche et sans détour! Cet appel avec Hanane nous a permis de nous poser les bonnes questions sur notre stratégie de communication. Sans aucun doute cette demi-heure d'appel restera un déclencheur d'identité pour notre jeune start up. »

#### **Zishan – Porteur de projet**

« Je remercie Gaëlle pour son temps et pour tous les conseils qu'elle m'a apportés, elle est à l'écoute et donne des conseils pertinents. Je la recommande vivement, je n'hésiterai pas à la solliciter à nouveau dans le cadre de mon projet. Merci à elle! »

**Vous êtes en cours de création d'entreprise, entrepreneur ou passionné par les start-up ?**

**Suivez nous sur nos réseaux sociaux !**