

bpifrance

CRÉATION

bpifrance

CRÉATION



Benoit Diot - Comm' des entrepreneurs
Jean-Michel Ly - Bpifrance Création

LES WEBINAIRES

25 nov à 11H

**Comment évaluer et tester son idée
de création d'entreprise ?**

Intervenants



Benoit Diot

Fondateur de Comm' des Entrepreneurs

Mail : benoitdiot@comm-des-entrepreneurs.fr

Site : www.comm-des-entrepreneurs.fr



Jean-Michel Ly

Expert en création - Bpifrance Création



1. Trouvez LA bonne idée

- **Grandes tendances 2020/2030**
- **Quelques inspirations**

2. Chassez les idées reçues

- **Idées reçues et bonnes pratiques**

3. Vérifiez la solidité de votre projet

- **Construire sa proposition de valeur**
- **Et un business model solide**

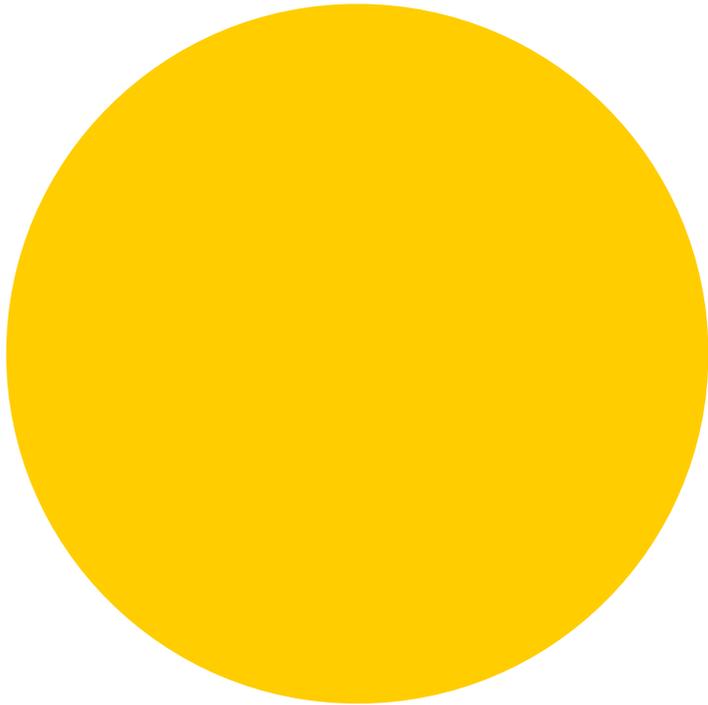
4. Testez votre solution

- **Le Lean startup**
- **Le questionnaire**

5. Donnez de la visibilité à votre nouveau business

- **Créer un mini-site/appli (version Beta)**
- **Construire votre landing page**





Trouvez LA bonne idée

Grandes tendances 2020/2030

- **Fracture numérique / Illectronisme**
- **Changements climatiques**
- **Transition énergétique**
- **Santé**
- **Dérégulation/Ubérisation**
- **Développement de la Gig-Economie**
- **Lowcost / Lowservice**
- **Simplification du quotidien**
- **Fragmentation de la société**
- **Défiance à l'égard des marques**
- **Méga-digitalisation**
- **Société « grisonnante »**
- **Kodakisation / Immobilisme**
- **Nutrition / Préservation des ressources**
- **Métropolisation**
- **Innovation**

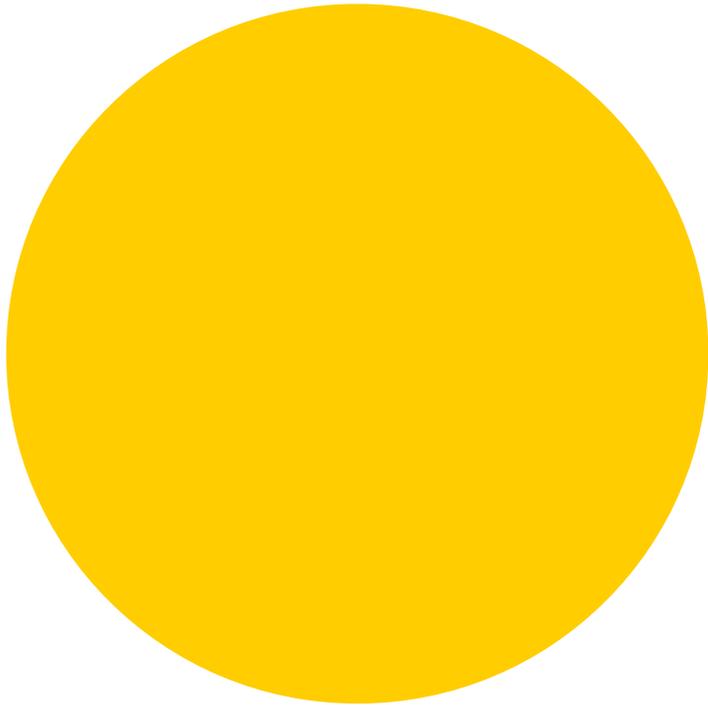
Quelques inspirations...

Où trouver des inspirations :

- **Votre talent, expertise ?**
- **Observation terrain (salons professionnels, veille, presse, à l'étranger, etc.)**
- **Frustrations personnelles**
- **Expériences vécues**
- **Plateforme de crowdfunding – Tousnosprojets**
- **Tendances des marketplaces « Meilleures ventes »**
- **Les placements de produit des influenceurs**
- **Etc.**

Liens complémentaires :

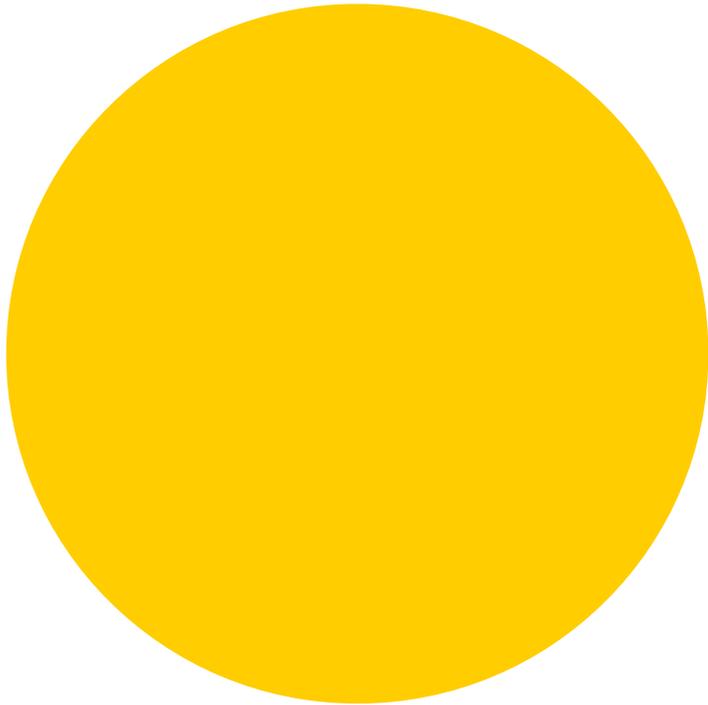
- [Pistes pour trouver une idée de création](#)
- [Secteurs et marchés porteurs](#)
- [La franchise](#)
- [La reprise d'entreprise](#)
- [Reprendre l'entreprise familiale](#)
- [Reprendre une entreprise en difficulté](#)



Chassez les idées reçues

Idées reçues et bonnes pratiques

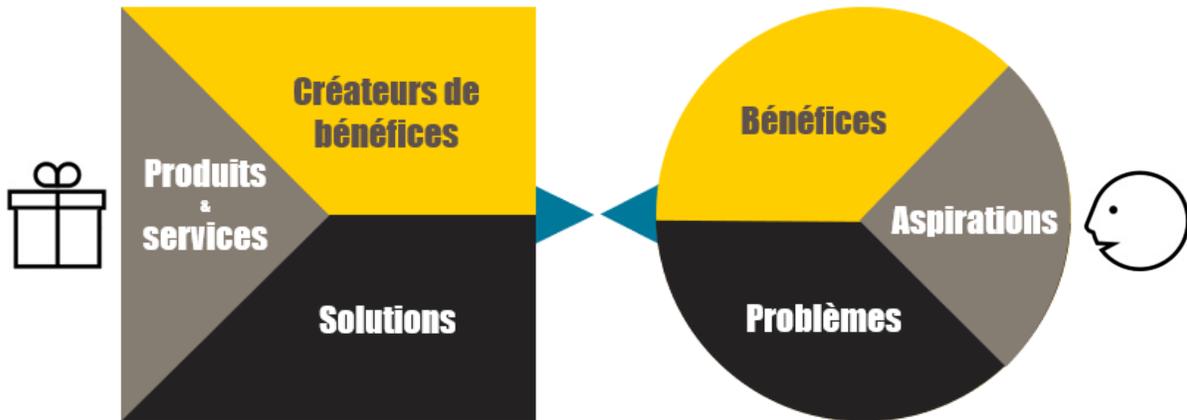
- 1. N'écoutez pas tout le monde**
- 2. Ne créez pas un business juste pour vous faire plaisir**
- 3. Observez comment vos clients potentiels vivent sans votre solution**
- 4. Sachez différencier intérêt et intention d'achat**
- 5. Considérez que l'acte d'achat n'est pas toujours rationnel**
- 6. Faites tester vos premiers clients et récompensez-les**
- 7. Vendez en direct ou en réseau**
- 8. Améliorez le cycle de vie de votre produit**



Vérifiez la solidité de votre projet

Construire sa proposition de valeur

Value proposition canvas*



Votre proposition de valeur

Notre _____ *produit ou service* _____
Aide/s'adresse _____ *le segment de clientèle* _____
Qui souhaite _____ *combler telle aspiration* _____
En _____ *évitant, limitant ou en réduisant tel problème* _____
Et _____ *en améliorant, développant tel bénéfice* _____
Contrairement _____ *à telle solution existante* _____

* Livre du même nom par Yves PIGNEUR et Alexander Osterwalder

Et un business model (BM) solide

1. **Votre BM vous protège-t-il de la concurrence ?**
2. **Faire croître votre BM est-il relativement simple ?**
3. **Les frais fixes sont-ils importants ?**
4. **Etes-vous plus cher que vos concurrents (à périmètre égal) ?**
5. **Générez-vous des revenus immédiatement ?**
6. **Votre BM génère t-il de la fidélisation des revenus récurrents ?**
7. **Vos clients peuvent-ils changer à tout moment ?**



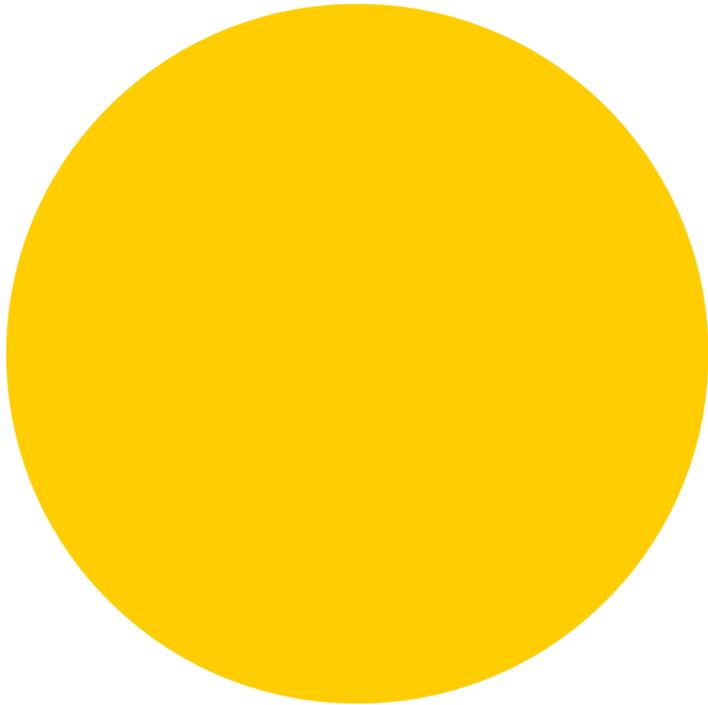
Et vous ? Quelle est votre note ?

... / 70

Lien complémentaire :

- Le [business model canvas](#)





Testez votre solution

Le Lean Startup*

Une méthode pour valider de façon itérative une offre, un produit ou service auprès de la clientèle cible.

La question fondamentale est d'abord de savoir si votre produit suscite un intérêt pour vos clients.

*MVP : Minimum viable product



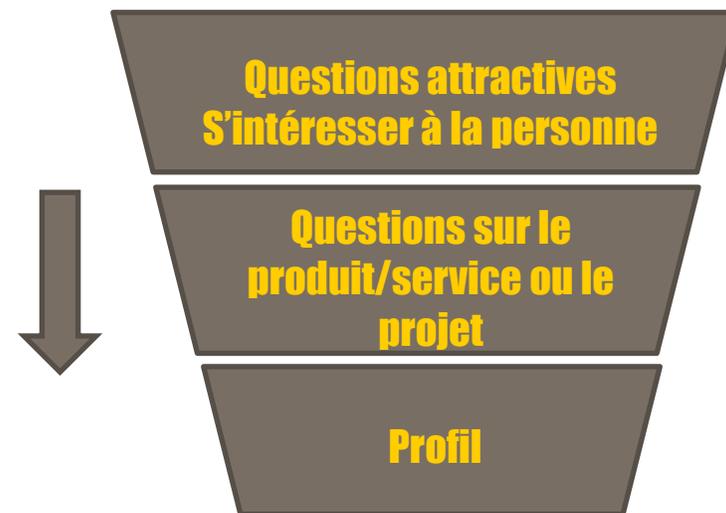
Liens complémentaires :

- [Le lean startup](#)
- [Le lean startup canvas](#)



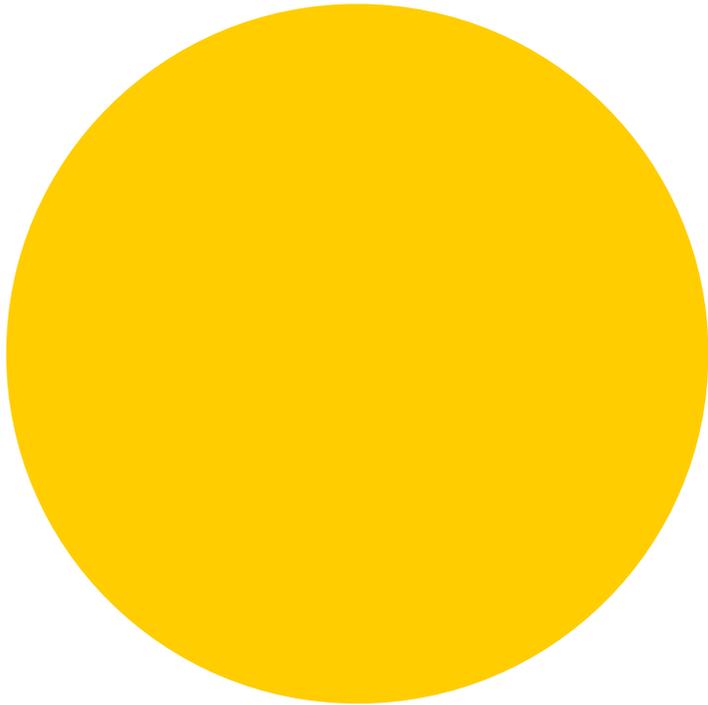
Quelques astuces :

- Procédez en entonnoir
- Les questions doivent être objectives
- Attention : le prix est en général en TTC (B2C)
- Questions sur les alternatives des clients
- Plusieurs méthodes d'échantillonnage possibles
- Enquête quantitative (100 pers.) // Enquête qualitative (30 pers.)
- Gardez le lien avec le prospect en fin de questionnaire (suivi du projet avec #/@)



Liens complémentaires :

- [Réaliser un questionnaire](#)
- [Outils pour réaliser son questionnaire en ligne](#)
- Le [cas Fempo](#)



Donnez de la visibilité à votre business

Création d'un mini-site/appli (version Beta)



Les messages clés

Comment
Qui
Quand
Combien
Où
Quoi
Pourquoi



- **L'Open Source, une technique adaptée au Lean Startup**
 - **WordPress, Drupal, Wix... pour le web**
 - **Bubble pour les applis**
- **Objectif : s'initier à la communication (réseaux sociaux, SEA/SEO, RP, popup stores...)**

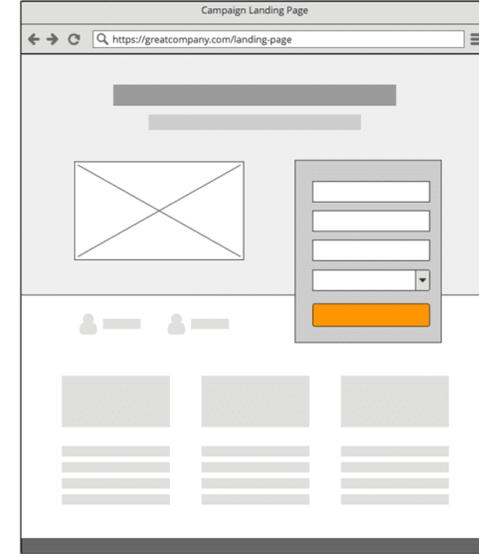
Construire votre landing page

La landing page, ou page d'atterrissage, est la page web sur laquelle les internautes arrivent après avoir cliqué sur un lien sponsorisé (ou une publicité) ou sur un article de votre blog.

Souvent utilisée pour des campagnes marketing ou de publicité, elle a un objectif précis : pousser l'utilisateur à faire une action précise, généralement cliquer sur un Call to action (CTA).

Comment faire ?

- 1. Définissez votre cible**
- 2. Précisez vos objectifs**
- 3. Déterminez votre proposition de valeur**
- 4. Construisez votre landing page**



Lien complémentaire :

- [Landing page](#)
- [Générer des leads](#)



Construire votre landing page

Quelques conseils

Schéma recommandé

- **Header**
- **Réassurance**
- **Call to Action**
- **Fonctionnalités et objections**
- **Témoignages**
- **Call to Action**
- **Footer**

Performance de votre landing page

- **Faites un A/B test, ou 2 landing pages en parallèle**
- **Inspirez-vous des avis négatifs laissés sur les sites concurrents**
- **Préparez des visuels (photos, logo...)**

Suggestion d'outils

- **Unbounce, Weblfow, Weebly, Strikingly, Instapage, WordPress, Umso, Wix, MailerLite, etc.**
- **Partez d'abord d'une feuille blanche !**

Schéma 1/2

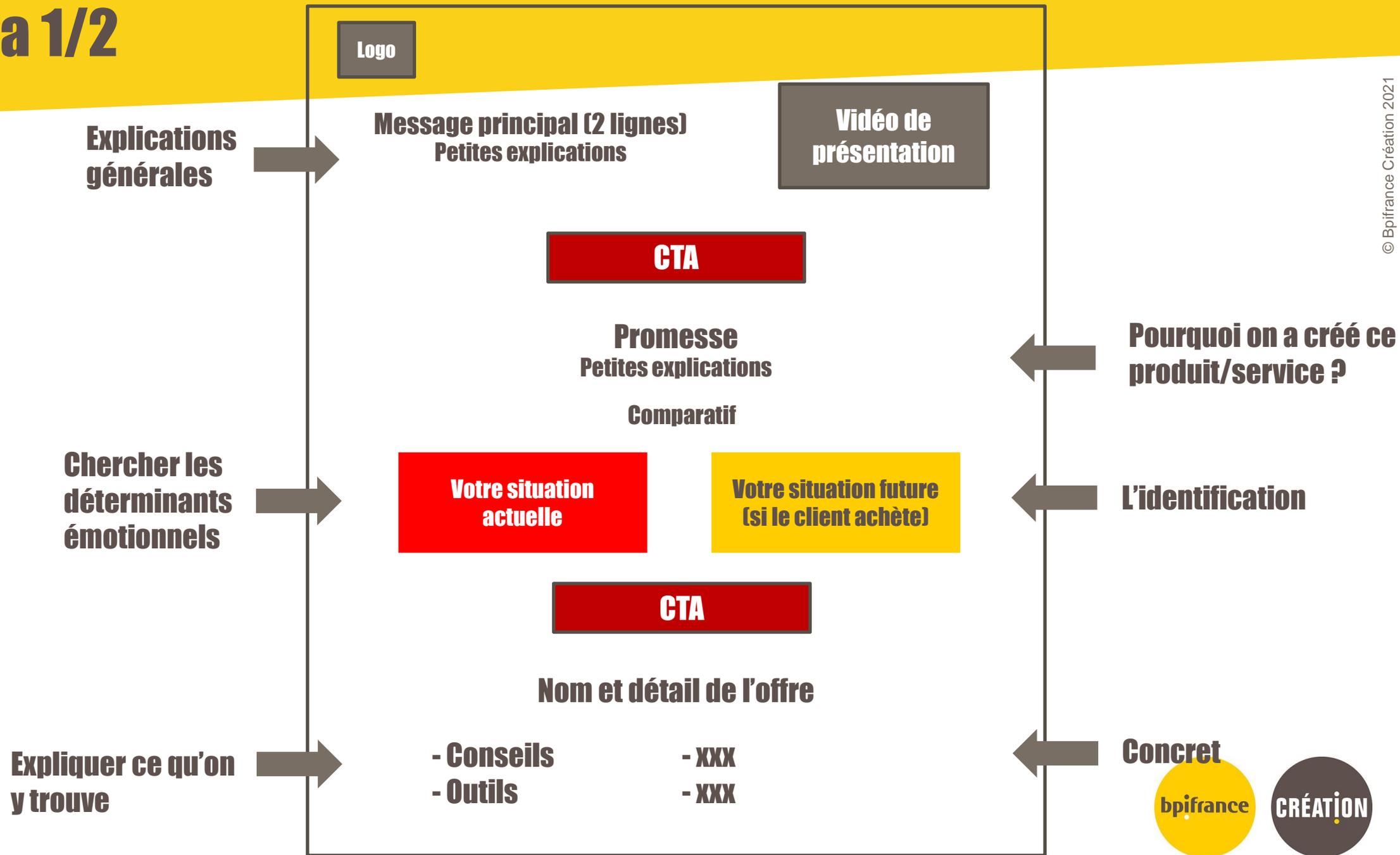


Schéma 2/2

Présentation de l'intervenant



**Texte de présentation
(légitimité, parcours, expériences...)**

Photo



Références clients



**Références clients
Logo, verbatims,**

**Références clients
Logo, verbatims,**

**Références clients
Logo, verbatims,**

**Références clients
Logo, verbatims,**

CTA

Phrase d'accroche



Call to action répété



bpifrance

CRÉATION

Questions - Réponses

The logo for bpifrance, consisting of the text 'bpifrance' in a lowercase, sans-serif font, with a small orange dot above the 'i'. It is contained within a white circle.

bpifrance

The logo for CRÉATION, consisting of the text 'CRÉATION' in a uppercase, sans-serif font, with a small orange dot above the 'i'. It is contained within a dark grey circle.

CRÉATION

Conclusion

Retrouvez le **replay** ainsi que le **support de présentation**
de ce webinar sur

bpifrance-creation.fr/webinaires

The logo for bpifrance, consisting of the text 'bpifrance' in a lowercase, sans-serif font, with a small yellow dot above the 'i'. It is contained within a white circle.

bpifrance

The logo for CRÉATION, consisting of the text 'CRÉATION' in a uppercase, sans-serif font, with a small yellow dot above the 'i'. It is contained within a dark grey circle.

CRÉATION

Pour en savoir plus, rendez-vous sur :

bpifrance-creation.fr