



Entreprendre dans & avec l'IE : Etude de marché et Business Model

Bienvenue

- Le Club Start-up et Innovation est heureux de vous accueillir pour cette première Quick Class d'un cycle de cinq, dédiées à l'entrepreneuriat dans le secteur de l'IE mais aussi avec les outils de l'intelligence économique
- Pour rappel, les prochaines dates :
 - Tout savoir sur le business plan et se développer (18/01 – 13h/14h)
 - Se financer : outils et méthodes (01/02 – 13h/14h)
 - Découvrir les outils no code (15/02 – 13h/14h)
 - Sécuriser et valoriser les innovations immatérielles (01/03 – 13h/14h)
- Il y aura des surprises !






**Quelques mots sur ce
nouveau club**

Entrons dans le vif du sujet



- Cette première Quick Class est consacrée à deux sujets, l'étude de marché et le business model, qui se réunissent en un seul, essentiel à toute démarche d'entrepreneuriat : comment identifier et adresser au mieux mon client ?
- Rappelons en effet qu'une entreprise, quel que soit son métier ou son organisation, a pour objectif de vendre des produits ou des services, et que pour cela il lui faut des ... clients ;-)

A propos du client , donc



Deux questions se posent : est-ce que je peux trouver suffisamment de clients ? et comment vais je m'organiser pour les servir ? **répondre à leur besoin ?**

- Le nombre de clients, c'est le marché et donc c'est renseigné par l'**étude de marché**.
- L'organisation , c'est le **business model**.

Et ce sont ces deux sujets que nous allons aborder aujourd'hui

Concernant l'étude de marché

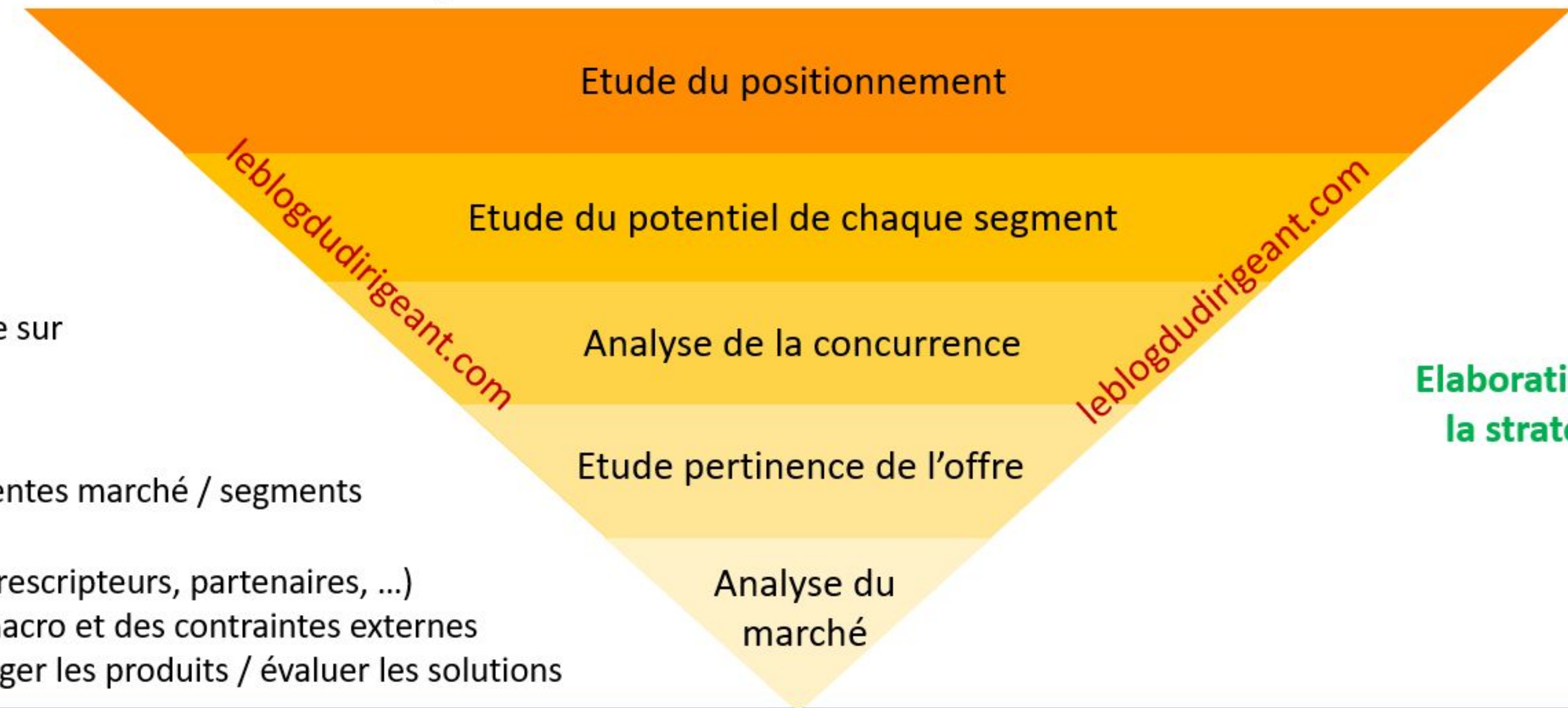
- Quelques définitions ? TAM (le total qui existe) ? SAM (celui qu'on peut adresser, notamment géographiquement), SOM (celui qui est capturable)

C'est essentiel avant de se lancer : pour savoir quel marché on adresse, si ca vaut la peine, mais aussi comment dimensionner son entreprise . C'est une part importante d'un business plan : notamment si on envisage une levée de fonds, les investisseurs voudront savoir le marché est "suffisamment" grand et assez adressable.

Différentes étapes et aspects

Les différents aspects de l'étude de marché

- Identification des critères de communication (marketing mix)
- Choix des segments
- Evaluer les avantages concurrentiels de l'offre sur chaque segment
- Analyse cycle de vie
- Correspondance caractéristiques offre et attentes marché / segments
- Identifier le fonctionnement et les acteurs (prescripteurs, partenaires, ...)
- Etude de la réglementation, des influences macro et des contraintes externes
- Identifier les besoins et les segments - Envisager les produits / évaluer les solutions



Elaboration de la stratégie



Marché cible
(composé de différents segments)

Des outils et bonnes pratiques

L'utilisation des pratiques liées à l'IE est un atout pour réussir une étude de marché :

- **OSINT & veille** : clients, concurrents, offre de produits existants et positionnement prix, canaux de distribution, réglementations et législations ...
- **HUMINT** : les échanges avec les clients potentiels, les questionnaires d'enquête (études de marchés quantitatives et qualitatives)
- **Les méthodes d'analyses et de prospectives** : opportunités et menaces, taille du marché, influences, tendances ..

La présentation finale peut être un rapport écrit ou plus visuel (matrices BCG et Ansoff)

- on y trouve : **problématiques, enquête, bilan et recommandations**

Etude de marché - Retour d'expérience

Happa Apparel LLC.

- né en Octobre 2018 a Seattle, avec mon associé Liam
- Notre mission statement: **explorer la diversité, la créativité et l'émotion à travers l'art et les vêtements. Inspirer les expériences et voyager avec style et confort.**
- Liam et moi n'avions pas de background en entrepreneuriat; nous étions juste des accros au travail.

The logo for Happa Apparel LLC, featuring the word "happa" in a bold, lowercase, sans-serif font. The letters are black and have a slightly irregular, hand-drawn feel. The 'h' is tall and thin, while the 'a's are rounded and connected to the 'p's. The 'p's are tall and thin, with a small loop at the top. The 'o's are rounded and connected to the 'p's.

Etude de marché - Retour d'expérience



Qu'est-ce-que nous a apporté l'étude de marché?

- voir si l'idée est bonne, si elle est pérenne, et si elle peut engendrer un profit sur le long terme
- comprendre et bien connaître le marché dans lequel on se lance → faciliter l'entrée sur le marché

Ce qui est important lors de l'étude de marché:

- prospection des concurrents, des partenaires et surtout des clients potentiels → comprendre ce que ça va leur apporter, “good is not enough”, et comment ça va s'interpréter en profit

Etude de marché - Retour d'expérience

Ce qui faut retenir d'une étude de marché & à propos de la concurrence:

- Il y a déjà beaucoup d'entreprises qui font ce que nous voulons faire, comment pouvons-nous nous différencier et comment concurrencer ces grandes entreprises dès le début?
- Avoir de la concurrence est effrayant. Vous devez savoir tout ce que vous savez sur eux. Mais ne pas avoir de concurrence est plus effrayant.

“S'il n'y a pas de concurrence, cela ouvre un tas de questions et pourquoi c'est le cas?

Il y a peut-être un défaut qui vous manque dans l'idée? S'il y a une concurrence importante, cela vous amène à réfléchir à la façon dont vous vous différenciez et vous démarquez. Comprendre l'agilité de la concurrence est également important.”

Ok, on a un marché ...



Mais on n'a pas encore d'entreprise ...

Qu'est-ce qui va faire que nos clients (la cible que nous souhaitons servir) vont choisir notre produit / service ? Quels prix allons nous proposer ? Comment allons nous nous organiser pour délivrer de la valeur ?

Ca c'est le **business model**

C'est le coeur du réacteur de l'entreprise : quelle proposition de valeur ? à qui s'adresse-t-on ? quelle chaîne de valeur ? quel modèle de revenu ?

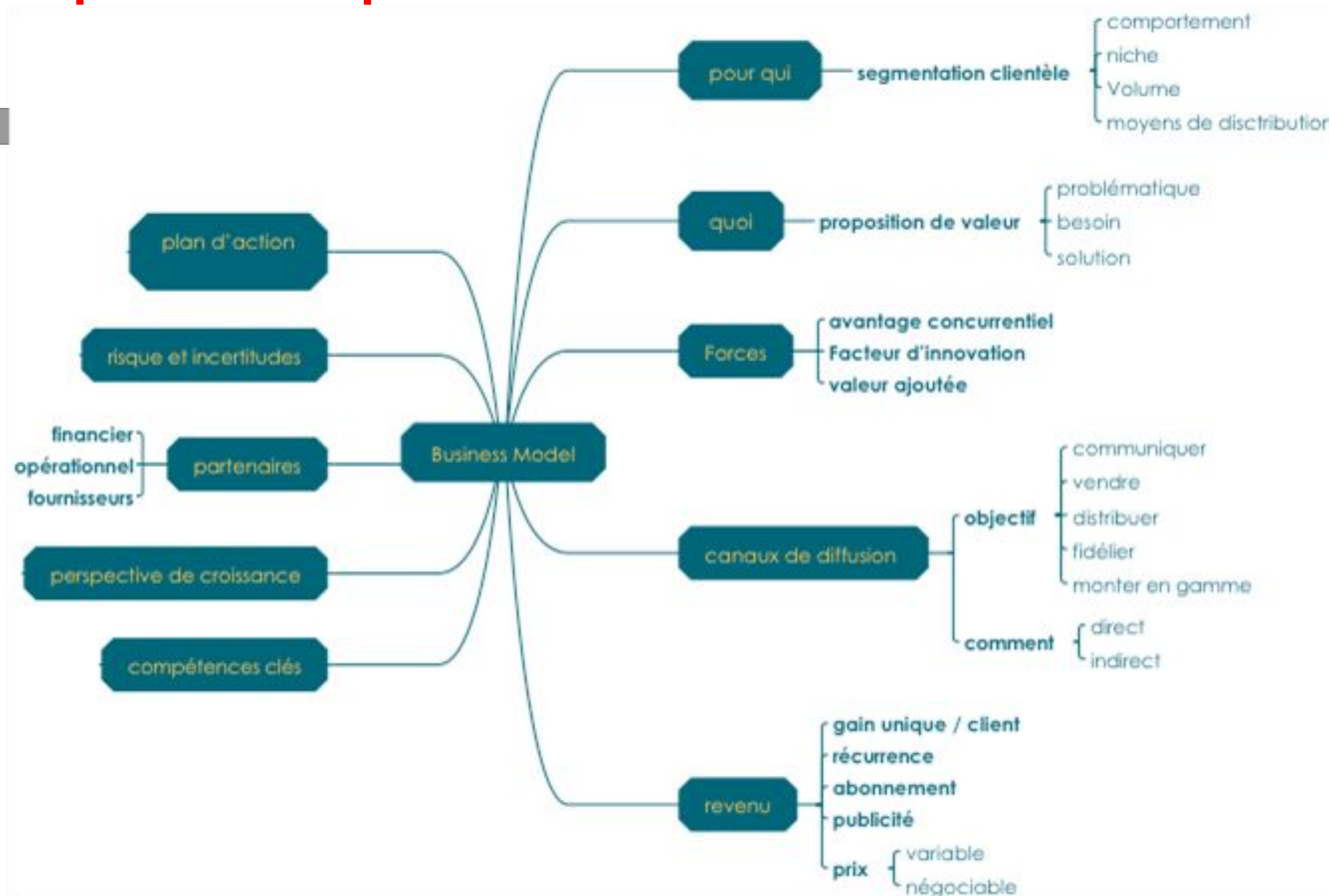
Le Business Model ... des objectifs clés

Travail d'IE : aller chercher les spécificités et subtilités de chacun des clients

- **Pertinence et réalisme du modèle**, dans sa conception (qui, quoi, comment...), dans sa mise en œuvre, le temps nécessaire, les étapes et le planning
- **Dynamique** et capacité à faire évoluer le business model en fonction des évolutions du marché, des prédictions et anticipations
- **Bien communiquer sur votre projet** : une présentation claire et synthétique sans détails techniques

Document indispensable pour vos partenaires (investisseurs, banquiers, fournisseurs, prescripteurs) : comprendre l'enjeu du projet, la vision globale du projet, la valeur ajoutée.

Les réponses pour un Business Model réussi



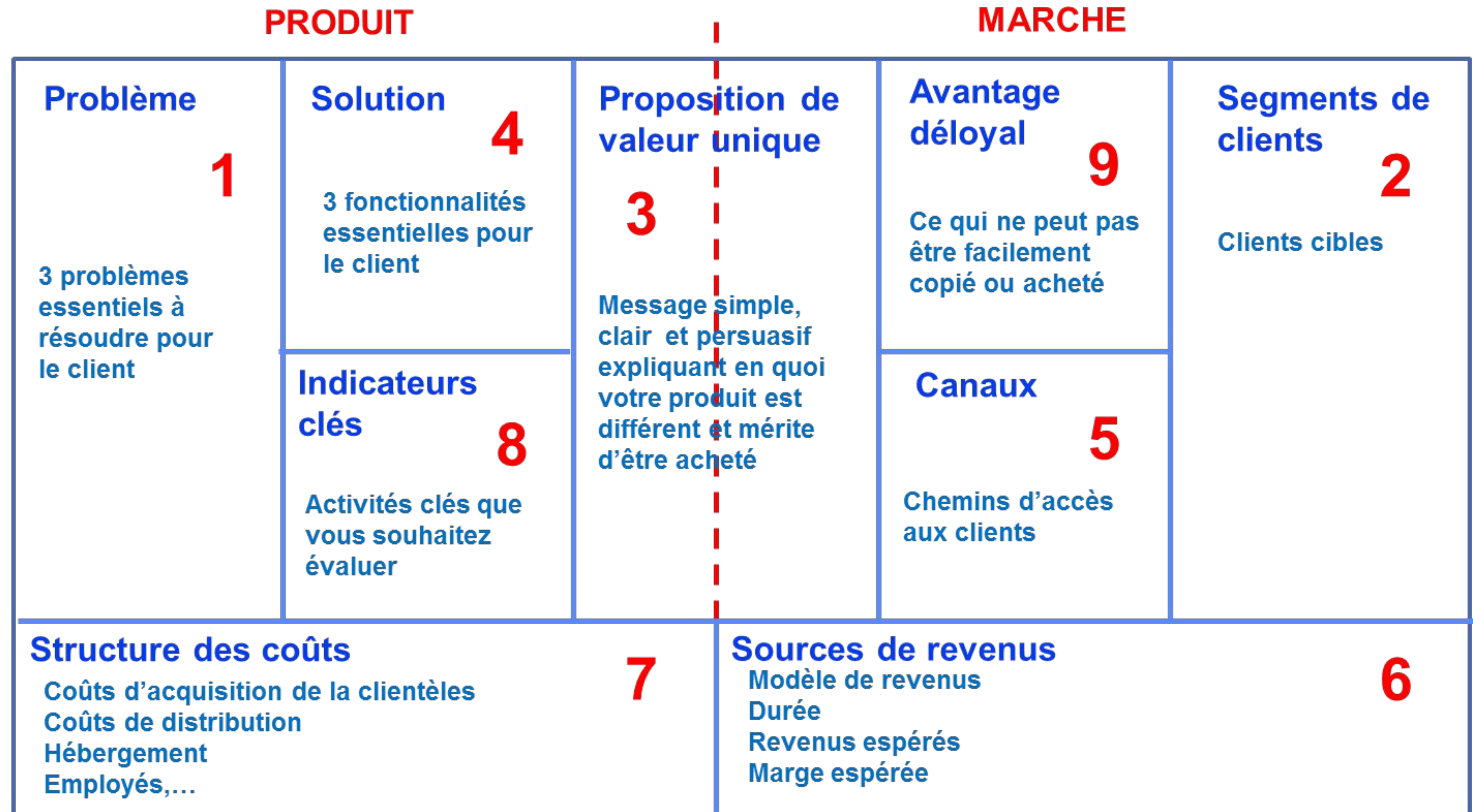
Des outils et méthodes

Business Model Canvas

Partenaires clés Fournisseurs et partenaires clés grâce auquel le modèle fonctionne	Activités clés Quelles activités / processus clés nos propositions de valeur exigent-elles ?	Proposition de valeur Combinaison produits/services qui crée de la valeur pour un segment Quelle valeur apportons nous ? Quels problèmes contribuons nous à résoudre ?, à quels besoins répondons nous ?	Relation avec les clients Quel type de relation chacun de nos segments souhaite-t-il que nous entretenions avec lui ?	Segments de clients Différents groupes d'individus ou d'organisations cibles Pour qui créons nous de la valeur ?
	Ressources clés Actifs les plus importants requis : Physique, humains, financiers,...		Canaux Comment l'entreprise communique et entre en contact avec ses segments pour apporter une proposition de valeur	
Structure des coûts Coûts inhérents au modèle économique Coûts les plus importants Ressources clés les plus coûteuses Activités clés les plus coûteuses			Flux de revenus Revenus générés par chaque segment Pour quelle valeur nos clients sont ils disposés à payer ? Pourquoi et comment payent-ils, préfèrent-ils payer ?	

Des outils et méthodes

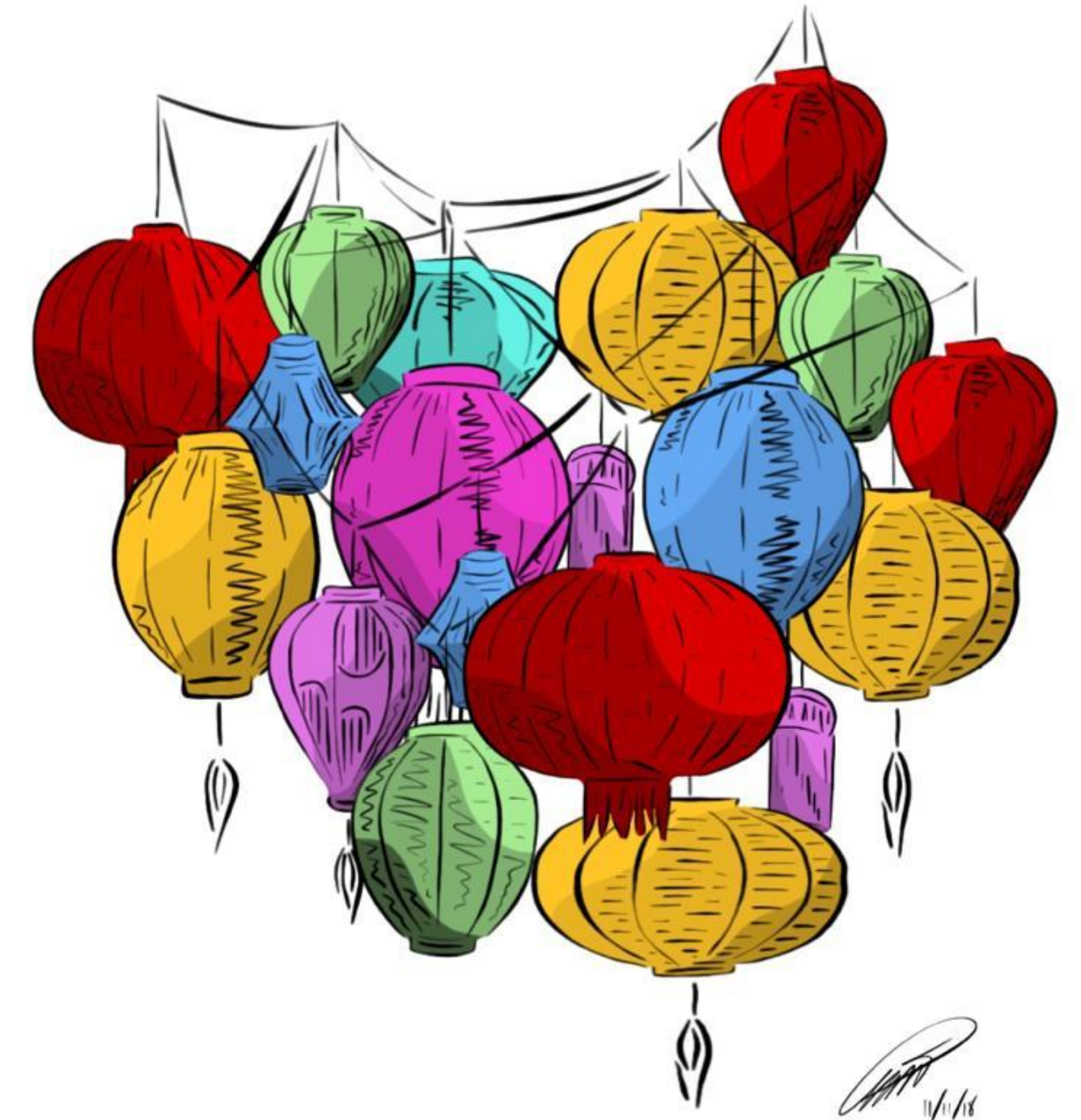
Lean Canvas



Business Model - Retour d'expérience

Comme le BM, la vision et les valeurs restent tout au long de l'entreprise.

- Représenter la diversité culturelle et promouvoir les minorités (culturellement, socialement, politiquement)
- Travailler avec la production locale pour qu'ils se familiarisent (et en \$\$) sur leur culture et sur le mouvement mondial
- Diversifier et «vulgariser» l'art; redéfinir l'art comme un projet attrayant pour l'œil, véhiculant un message et racontant une histoire
- Répandre la positivité à travers nos vêtements: l'art coloré et conscient apportera de la joie dans un monde si sombre, où les vêtements sombres dominant le monde décontracté et professionnel. Pour cette raison, nos vêtements sont colorés, favorisent la distinction culturelle pour des vêtements décontractés et professionnels.



Business Model - Retour d'expérience

Comment sommes-nous servis de l'étude de marché et du BM?

Etude de cas en temps réel:

happa



Business Model - Retour d'expérience

“Don't let your company spend so much time fundraising that you stop focusing on operating. Spend more time (by factor of 10) with customers and business partners than with investors”

**⇒ The right product, team, and customers
are our best chance at success.**

The logo for hoppo, featuring the word "hoppo" in a bold, lowercase, sans-serif font. The letters are black and have a slightly irregular, hand-drawn appearance. The 'h' is tall and thin, while the 'o's are rounded and connected to the 'p's.

Des questions ?

C'est à vous !

happo



En conclusion

Une chose est sûre : ça commence avec le client, ça finit avec lui aussi.

Et l'ensemble de ces problématiques sont des problématiques d'intelligence économique ! OSINT, HUMINT, analyse et influence sont les clés du succès.

Dernier point : ça n'est en fait jamais terminé.



A vos calendriers

On se retrouve la semaine prochaine pour parler de business plan, à quoi ça sert, à quoi ça ne sert pas et comment s'y prendre au mieux.

Et annonce importante : la 1ère conférence du club Start-up aura lieu le 4 mars prochain !





Julie Rouzaud
P9 SIE

Consultante et Formatrice
Créatrice d'une agence de
conseil en innovation et
prospective

[Linkedin](#) : julie-rouzaud

Mail :
julie@centvingtsix.com



Alizée Guiet
Etudiante RSIC 03

Chargée de projets en
stratégie digitale &
innovation chez Suez

[Linkedin](#) : alizee-guiet

Facebook : Alizée Guiet
Mail :
alizee.guiet08@gmail.com
Tel : 06 48 17 60 83



Jessica Phung
Etudiante SIE 24

Co-fondateur & CEO de Happa
Apparel LLC

[Linkedin](#): phung-jessica

Facebook : Jessica Phung
Mail : jessica.phung@aege.fr

