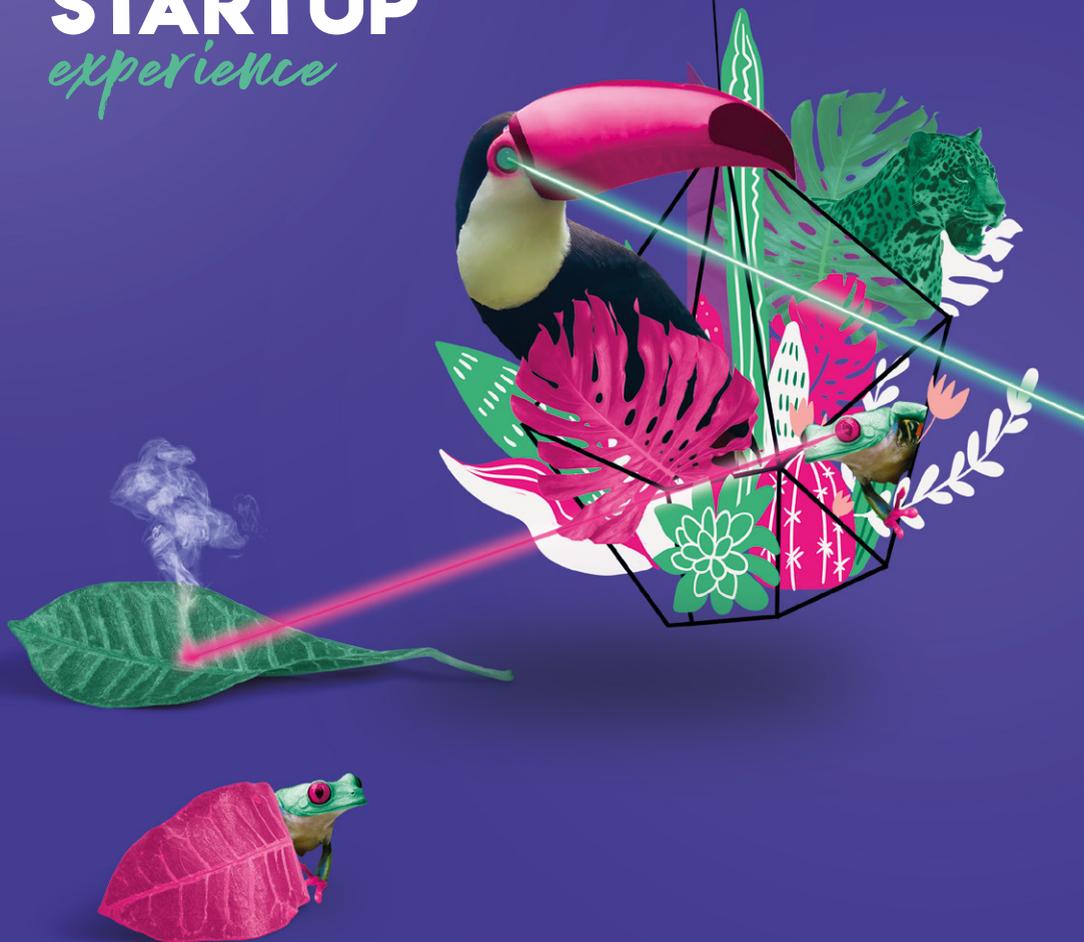


RESELLER STARTUP

experience



L'essentiel pour s'inspirer
de **la culture startup***
et changer les postures**

** sans vous parler de Lean Startup*

*** sans avoir à dépenser une fortune auprès d'un cabinet de conseil*



Sommaire

- 01 — PRODUCTIVITÉ
P.6
- 02 — LEADERSHIP
P.10
- 03 — TIME TO MARKET
P.12
- 04 — DÉCOUVERTE
UTILISATEURS
P.16
- 05 — OBJECTIFS & METRICS
P.20



Nous, SWPL et Startup Palace, croyons fermement que la collaboration entre les startups et les ETI ou les Grands Groupes sont des sources d'innovations rapides et permettent d'activer de nouveaux relais de croissances pour les entreprises comme pour les startups. Mais pour que la magie opère, cela suppose de partager un langage commun et de changer quelques postures en entreprise en s'inspirant de méthodes employées par les startups. C'est là que la notion « d'acculturation » intervient.

Si les codes et les modèles de travail dans les entreprises dites « traditionnelles » sont culturellement ancrés et connus dans les grandes lignes, ce n'est pas encore le cas avec les modèles startups. Et non, la transformation numérique, l'entreprise libérée et les méthodes Agiles ne sont pas suffisantes pour pouvoir prétendre s'être imprégnées de la philosophie startup et d'employer leurs méthodes.

Ce document est justement là pour vous y aider.

Comme nous le rappelons souvent aux startups et aux entreprises que nous accompagnons : toutes les connaissances sont déjà disponibles quelque part (et notamment sur Internet). Il vous reste maintenant le plus gros du travail : les mettre en application. Nous n'avons donc pas la prétention de vous partager un savoir révolutionnaire, mais une sélection bien sentie et condensée de culture et de best practices des startups, qu'il ne vous restera plus qu'à appliquer pour initier les changements de postures en entreprise.







PRODUCTIVITÉ

Par définition, une startup est une entreprise dont le temps de survie est déterminé par le cash dont elle dispose (« Cash Flow » si vous voulez frimer). C'est-à-dire qu'en théorie, elle connaît sa date de mort. Dans ce contexte, « pas le temps de niaiser » comme diraient nos cousins québécois, tout le monde doit être le plus productif possible. Il ne s'agit pas de défendre des modèles à 50 heures par semaine, simplement d'optimiser le temps disponible.

■ Appréhender le Pomodoro

La méthode ou technique « Pomodoro » trouve ses origines dans les années 80.

À l'époque étudiant, Francesco Cirillo se lance le défi de pouvoir étudier pendant plus de 10 minutes sans interruption.

Pour se chronométrer, il utilise un minuteur en forme de tomate, d'où le terme Pomodoro. Par la suite, Francesco Cirillo fait évoluer son pari en une méthode qui consiste à se consacrer à une activité à la fois.

Comment ça marche ?

■ **Planifiez les tâches** à effectuer sur la journée (To-do-list) en début de journée,

■ **Quantifiez chaque tâches** en Pomodoros de 25 minutes (1 Pomodoro minimum par tâche),

■ **Effectuez la tâche** jusqu'à ce que le minuteur sonne après 25 minutes

■ **Prenez une pause** de 5 minutes (obligatoire),

■ **Répétez le processus** en notant l'ensemble des tâches réalisées et la quantité de Pomodoros associée,

■ **Tous les quatre "Pomodoros", prenez une pause** plus grande de 15 à 20 minutes.



Pour que la méthode s'ancre durablement, il faut commencer par se fixer un objectif d'un, puis deux, puis quatre Pomodoros à compléter par jour. Avec l'habitude et l'entraînement, il est possible d'augmenter ce nombre jusqu'à atteindre un objectif maximal recommandé de 8 Pomodoros. Lorsqu'on y arrive, cela représente, à l'échelle d'une semaine de travail, 40 plages de 25 minutes en totale concentration, soit, 16,7 heures de travail attentif et de production efficiente. Il ne faut pas viser plus car il est épuisant voire contreproductif de s'exposer à davantage de phase de travail de forte attention. Notre cerveau a besoin d'autres plages plus ouvertes, plus détendues, dédiées à l'échange et à la créativité.

Pour tester la méthode :

Pour mettre en place cette technique, il sera nécessaire d'investir dans un Pomodoro physique ou de télécharger l'un des nombreux plug-ins à installer sur son navigateur web (comme celui de Chrome). Ce dernier possède l'énorme avantage de bloquer les sites et plateformes sur lesquels nous avons l'habitude de procrastiner durant les temps d'attention.

■ Découvrir le Productivity Planner

Le Productivity Planner est à la productivité, ce que la reine des abeilles est... Eh bien aux abeilles.

Il s'agit d'un **cahier personnel et journalier** qui vous aide à lister et prioriser vos tâches, quantifier la quantité de « Pomodoros » pour les réaliser, et effectuer un suivi global de votre productivité journalière et hebdomadaire.

L'avantage du Productivity Planner, c'est qu'il se base sur un engagement que vous prenez en début de semaine envers vous-même sur une quantité de choses à accomplir. Il permet d'être réaliste et de ne pas se mettre la barre trop haut et d'éviter ainsi les frustrations et insatisfactions.

Et puis il s'agit d'un plutôt bel objet, ce qui n'est pas négligeable dans un contexte d'utilisation quotidienne.



{ } Vous pouvez acheter ce petit cahier via de nombreux sites, et pour une vingtaine d'euros seulement (Intelligentchange.com).



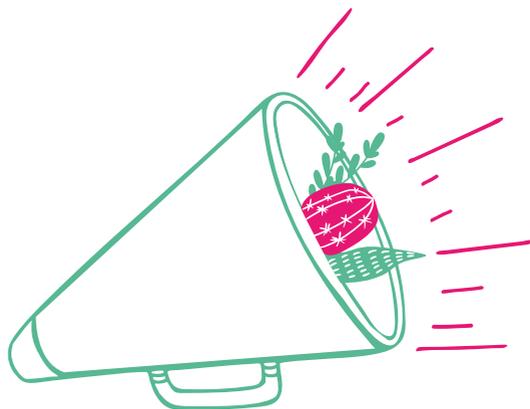
02 LEADERSHIP

L'aura d'une startup est souvent étroitement associée à la personnalité de l'un des fondateurs. Ce n'est pas systématique mais cela permet de toucher plus rapidement des Early Adopters, de convaincre plus facilement les investisseurs et aussi de motiver les équipes en interne à mettre toutes leurs forces pour porter un projet encore fragile. Si des notions aussi subjectives que le charisme sont à prendre en compte quand on parle de leadership, il existe néanmoins quelques incontournables connus de tous les startupers.

■ Trouver son pourquoi

Simon Sinek est l'auteur du bestseller mondial « Start with why : How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action. », paru en 2009. Homme de publicité reconverti, Simon Sinek cherche à démontrer dans son ouvrage comment « imaginer un monde dans lequel la grande majorité d'entre nous se sentirait enfin heureux, épanoui et en sécurité au travail ».

{ } « Start with why : How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action. » est disponible à l'achat sur de nombreux sites, dont celui d'Amazon. Toutes les ressources de l'auteur sont accessibles sur startwithwhy.com.



■ Construire son leadership

L'ouvrage de Simon Sinek fait aussi l'objet d'une conférence Ted qu'il a animée en 2009 sur ce thème. Si cette vidéo a maintenant 10 ans, elle sert toujours de référence aux entrepreneurs et startupers en matière d'inspiration sur le leadership. Il y aborde un modèle fort de leadership à travers les success stories des plus grands - Apple, Martin Luther King et les frères Wright.

« Sa conférence se classe parmi les 10 conférences TED les plus appréciées, avec plus de dix millions de vues en 5 ans. »

{ } Sa conférence est toujours visible sur le web : www.ted.com

C'est quoi une conférence TED ?

« Les conférences TED (Technology, Entertainment and Design) sont une série de conférences organisées au niveau international par la fondation à but non lucratif nord-américaine The Sapling foundation. Elle a pour raison d'être, selon son slogan, le partage d'« idées qui valent la peine d'être diffusées » (en anglais : « ideas worth spreading »).

■ Pitcher comme une startup

Littéralement, Pitcher signifie « faire une présentation ». Mais si l'art de la présentation existe, nous parlons ici de science, c'est-à-dire qu'il existe des méthodes pour réussir son pitch à tous les coups.

L'ouvrage « Pitch Anything » de Oren Klaff, révèle comment structurer un discours de façon efficace pour attirer l'attention d'un auditoire et convaincre à coup sûr. Oren Klaff, auteur et plus, a levé plus de 2 milliards de dollars grâce à sa méthode de pitch.

{ } Retrouvez les points essentiels de l'ouvrage sur strategemarketing.com.

Vous voulez le lire en entier ? De nombreux sites marchands le proposent à l'achat.

03

TIME TO MARKET

À ses débuts, la survie d'une startup est étroitement liée avec sa capacité à commercialiser au plus vite sa solution et de mettre rapidement en production de nouvelles fonctionnalités ou prestations. Des habitudes qui vont parfois à l'encontre des réflexes adoptés dans les entreprises qui consistent à mettre sur le marché un produit fini issu de plusieurs mois, voire années de réflexion.

■ Construire son MVP

MVP est l'acronyme de l'anglais **Minimum Viable Product**.

Les startups utilisent ce terme pour évoquer le processus d'innovation et de développement d'un produit, notamment dans le domaine de l'informatique ou du numérique.

Même si nous avons promis de ne pas en parler dans le sous-titre de ce guide, il est difficile de ne pas évoquer « **Lean Startup** », puisque c'est Eric Ries qui a théorisé cette méthode dans son ouvrage.

Le « Lean Startup » consiste à lancer une offre minimum, à tester son produit sur le marché et à le réajuster selon le retour d'expérience que les utilisateurs en font.

Les détracteurs diront plutôt qu'un MVP est une série de prototypes qui permettent d'explorer ce qui est essentiel pour concevoir ensuite le produit qui sera mis sur le marché.

{ } Pour aller plus loin :

hackernoon.com

wydden.com > infographie « les MVP des startups célèbres »

BIEN



PAS BIEN





■ Écouter ses clients

Élément très important pour une startup : ne pas rester sourde aux retours du marché et écouter ce que les utilisateurs ont à dire pour améliorer le produit en continu.

Ernesto Sirolli, Docteur en Sciences Politiques italien, s'est distingué par ses approches en Économie Sociale et Solidaire. À travers ses travaux, il cherche à redonner le goût du travail aux plus démotivés par le manque d'organisation de leur entreprise.

Par le biais de son Ted Talk « Vous voulez aider quelqu'un ? Taisez-vous et écoutez... ». Le docteur explique que **la première aide que l'on peut apporter à une personne en difficulté, c'est l'écoute**. Ses conseils sont applicables à n'importe quel entrepreneur.

{ } Le Ted Talk d'Ernesto Sirolli est disponible sur www.ted.com

■ Lire le Startup Playbook

Samuel H. Altman est un entrepreneur investisseur et blogueur. Il est l'actuel président d'**Y Combinator**, accélérateur de startups qui a accompagné et lancé un certain nombre de sociétés très performantes. Y Combinator est régulièrement en tête du classement des **meilleurs accélérateurs de startups aux États-Unis**.

Sam Altman est l'auteur du **Startup Playbook**, sorte de guide de lecture contenant des conseils pour aider les startups à se lancer et à croître. Il se positionne aujourd'hui comme l'outil de prédilection des grands et des petits entrepreneurs.

Les 10 plus grands succès de Y combinator :

- 1 - **Airbnb**, location immobilière entre particuliers
- 2 - **Stripe**, spécialisé dans les paiements en ligne
- 3 - **Cruise**, voiture autonome
- 4 - **Dropbox**, stockage et partage de documents
- 5 - **Instacart**, plateforme collaborative de livraison de courses
- 6 - **Machine Zone**, éditeur spécialisé dans les jeux mobiles
- 7 - **DoorDash**, livraison de repas
- 8 - **Zenefits**, solutions RH
- 9 - **Gusto**, éditeur de solution de gestion de la paie
- 10 - **Reddit**, réseau social

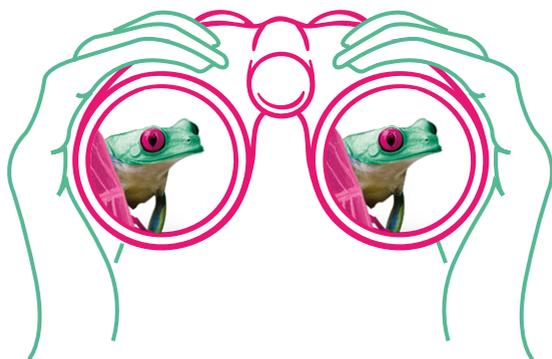
{🔗} Pour accéder au Playbook, rendez-vous sur le site playbook.samaltman.com



04

DÉCOUVERTE UTILISATEURS

La quête de croissance rapide et d'un modèle économique rentable ne sont possibles que si la startup trouve son Product Market Fit. C'est-à-dire la capacité d'un produit de répondre tellement bien à une attente du marché, qu'il se vendra tout seul (en très résumé). Ce qui sous-entend de bien connaître ce marché, comprendre les attentes des utilisateurs et surtout faire en sorte que votre marché comprenne ce que vous faites.



■ Chercher son Product Market Fit

Le Product/Market Fit (PMF) est **la concordance parfaite entre un produit (ou une solution) et son marché** ; c'est-à-dire que le produit correspond tellement au marché qu'une fois en vente, il n'est pas nécessaire de communiquer dessus pour convaincre les acheteurs potentiels de l'utiliser.

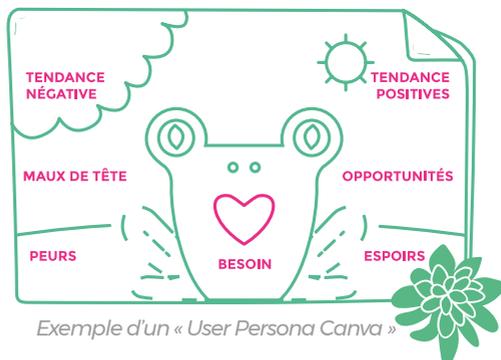
En tant que startup, il est nécessaire de connaître ce terme et ce qu'il recouvre.

Si le concept est incontournable, celui qui le porte ne l'est pas moins, Oussama Ammar est devenu en très peu de temps une personnalité phare de la communauté des startups et des entrepreneurs. Fondateur de **The Family**, animateur de la série "Les Barbares Attaquent", promoteur du programme de formation pour entrepreneurs Koudetat, le franco-libanais est définitivement une personnalité à suivre. Le pitch d'Oussama Ammar « C'est quoi le Product/Market Fit ? » est disponible sur youtube.

■ Appréhender les personas

Du proto-persona ...

Le proto-persona, à la différence du persona, n'est pas façonné à partir d'une observation rigoureuse du marché mais à partir **de réflexions et de déductions faites au sein de l'entreprise selon son domaine d'expertise.**



Exemple d'un « User Persona Canva »

... au persona

Le persona, quant à lui est fondé sur **une étude très fine** (analyses statistiques, interviews, observations) **d'un groupe de consommateurs et de leurs comportements** (habitudes, peurs, limites, croyances).

Pour construire plusieurs personas cohérents par rapport à votre produit, il faut d'abord se demander à qui votre produit s'adresse.

Le persona aide à appréhender les émotions des futurs consommateurs ou utilisateurs de votre produit et à ajuster votre degré d'empathie en conséquence.

De cette façon, on anticipe les comportements et les attentes de ces derniers.

Les personas et les proto-personas permettent d'analyser plus finement votre marché.

L'Empathy Map

L'Empathy Map est **une méthode qui consiste à identifier les éléments environnants qui influencent votre persona et son comportement** en tant que consommateur (actions, pensées, visions, sons, peurs, sentiments, émotions, etc).

L'Empathy Map fonctionne en répondant aux questions suivantes :

1 - Qu'entend le client ?

Que disent ses amis, ses collègues ? Qui l'influence vraiment ? À quels médias fait-il confiance ?

2 - Que pense et que ressent le client ?

Quelles sont ses préoccupations majeures ? Qu'est-ce qui peut l'émouvoir ou le perturber ?

3 - Que dit et que fait le client ?

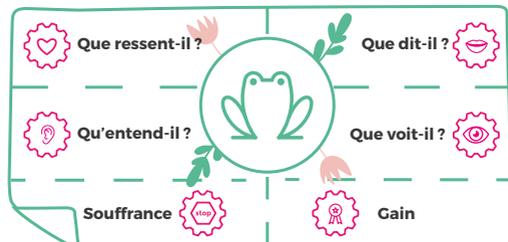
Quelle est son attitude en public ? Que dit-il aux autres ? Attention à l'écart possible entre ce que le client dit et ce qu'il ressent vraiment.

4 - Que craint le client ?

Quelles sont ses plus grandes frustrations ? Quels sont les obstacles entre lui et ce qu'il souhaite ou veut accomplir ? Quel risque est-il prêt à prendre ?

5 - Qu'espère le client ?

Que souhaite-t-il vraiment ? Quels sont ses véritables besoins ? Quels sont ses critères de succès ? Pensez aux solutions qui lui permettraient d'atteindre ses objectifs.



Le « User Persona Canva » est à rapprocher de « l'Empathy Map ».

À propos de la recherche utilisateurs

La recherche utilisateurs consiste à aller confronter ces intuitions à des utilisateurs pour valider ou infirmer ses intuitions, voire trouver de nouveaux insights.

Elle permet de mettre à jour les Personas et les Proto-Personas.

■ Se lancer dans le Customer Development

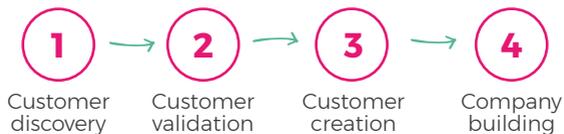
Steve Blank et sa méthode Customer Development

Steve Blank est connu pour avoir développé la méthode « Customer Development », qui a inspiré de nombreuses startups et accéléré leur développement. Cette méthode a lancé le mouvement **Lean Startup** et si elle date un peu, elle n'en reste pas moins toujours d'actualité.

Son principe ? Un processus en **4 étapes partant du client pour aller vers le produit et inversement**.

L'idée sous-jacente est bien entendu de partir du besoin pour élaborer un produit et non de proposer un produit qui va créer un besoin, le risque de se « planter » étant plus important dans le second cas.

Le processus se présente en **4 étapes** :



{ ↗ } Pour aller plus loin, il existe une vidéo youtube sur la méthode Customer Development ainsi qu'un slideshare sur le sujet.

05

OBJECTIFS & METRICS

Certains startupers sont assez catégoriques sur ce sujet : si on ne peut pas mesurer l'efficacité et l'avancement d'une action, elle ne sert à rien. Si la radicalité a le mérite de rendre un propos explicite, elle a aussi pour inconvénient d'occulter des nuances importantes. Travailler avec des objectifs mesurables est certes essentiel pour surveiller et valider le succès des actions. Mais formaliser une vision à long terme permet aussi de porter le développement d'une startup.

■ Suivre son étoile polaire

Le North Star Metric est un concept qui trouve ses origines dans la Silicon Valley.

Son principe : **mettre en place un indicateur unique pour en faire un guide pour l'ensemble des équipes.**

Sean Ellis son créateur est également connu pour avoir fait émerger les pratiques de Growth Hacking au sein des entreprises innovantes. Afin d'évaluer le rythme et la qualité de la croissance, on utilise cette unité de mesure qui n'est autre que le North Star Metric, aussi appelée « valeur fondamentale que l'entreprise offre à ses clients » ; l'idée sous-jacente étant « d'améliorer sans cesse son offre pour continuer à se développer de manière qualitative ».

{ ↻ } Le concept et plein d'autres contenus à valeur ajoutée sont disponibles sur le blog de Sean Ellis : blog.growthhackers.com



■ Développer votre stratégie AARRR

Cet acronyme un peu barbare est utilisé pour illustrer les étapes clés d'une stratégie de « Growth Hacking ».



Celui qui a développé la méthode s'appelle Dave Mc Clure, entrepreneur et investisseur à succès il est notamment le fondateur de l'accélérateur 500 Startups. Aujourd'hui, tous les grands principes et codes du marketing se fondent sur cette dernière.

{ 8 } La méthode est détaillée sur slideshare.net et la vidéo de présentation par Dave McClure himself est disponible sur Youtube.

■ Manager avec la méthode OKR

L'OKR (Objective Key Results) permet d'exécuter un plan et :

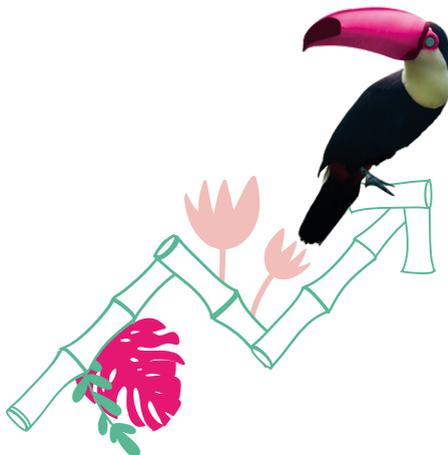
- **de gérer des objectifs stratégiques**, en mettant l'accent sur les priorités.
- **de rendre l'entreprise plus « transparente »** en mettant en œuvre une vision.
- **d'accroître l'implication des collaborateurs** en alignant leurs efforts vers un but commun.

Cette méthode est largement utilisée par Google, Twitter ou encore LinkedIn.

Comment ça marche ?

Il s'agit de fixer des objectifs ambitieux et pour chacun d'entre eux, créer des métriques et des résultats attendus pour guider les actions des équipes et mesurer leur efficacité.

{s} Une slide share sur la méthode est disponible sur slideshare.net



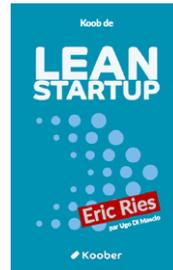
NOTRE BIBLIOTHÈQUE IDÉALE



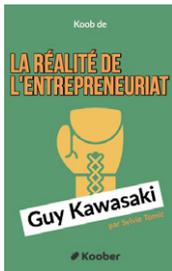
De Zéro à Un
de Peter Thiel
par Guillemette Allard-Bares



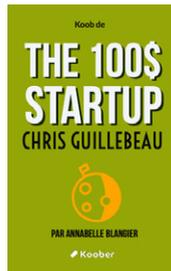
**The hard thing
about hard things**
de Ben Horowitz
par Ugo Di Mascio



Lean Startup
de Eric Ries
par Ugo Di Mascio



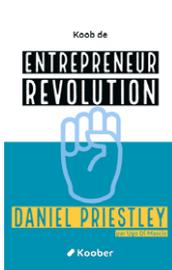
**La réalité de
l'entrepreneuriat**
de Guy Kawasaki
par Sylvie Tomic



The \$100 startup
de Chris Guillebeau
par Annabelle Blangier



Pitch anything
de Oren Klaff
par Ugo Di Mascio



Entrepreneur revolution
de Daniel Priestley
par Ugo Di Mascio



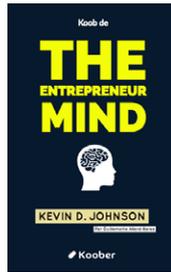
Startup rising
de Christopher M. Schroeder
par Ugo Di Mascio



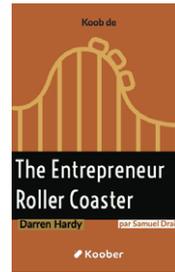
**Comment j'ai planté
ma startup**
de Yannick Robert
par Aurélie Mutel



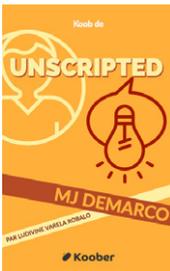
The Mom Test
de Rob Fitzpatrick
par Guillemette Allard-Bares



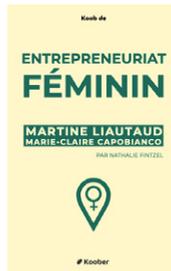
The Entrepreneur Mind
de Kevin D. Johnson
par Guillemette Allard-Bares



The Entrepreneur Roller Coaster
de Darren Hardy
par Samuel Drai



Unscripted
de MJ DeMarco
par Ludivine Varela Robalo



Entrepreneuriat féminin, mode d'emploi
de Martine Liautaud,
Marie-Claire Capobianco
par Nathalie Fintzel



J'ose entreprendre ! 100 risques à éviter pour réussir
de Stéphane Degonde
par Maud Poupa



Entrepreneuriat
de Catherine Léger-Jarniou,
Gilles Certhoux, Jean-Michel Degeorge,
Nathalie Lameta,
Hervé Le Goff
par Constance de Ayala



Les secrets des entrepreneurs qui réussissent
de Brodsky Norm
par Ségolène Barbé



The Best Interface is no Interface
de Golden Krishna
par Lucie Dabat

QUI SOMMES-NOUS



Startup Palace est opérateur de programmes d'accélération pour les corporates, territoires et startups avec plus de 12 dispositifs, dont 25 batches, opérés ces trois dernières années.

Plus de 250 startups et des entreprises comme Le Groupe Ouest-France, la Maaf, Groupama, Macif, CDiscount ou encore le Groupe La Poste nous font confiance pour anticiper et activer de nouveaux relais de croissances via nos dispositifs.

Startup Palace c'est aussi un lieu en plein coeur de Nantes de 1000 m2 (3500 m2 en 2020) dédié au développement de projets innovants des acteurs du numérique.

{ } startup-palace.com
joinlepalace.com



Swimmingpool est une agence créative, numérique et conversationnelle dédiée au secteur numérique.

Nous travaillons chaque jour avec des Directeurs Marketing pour les aider à faire progresser leurs pratiques et leurs résultats. Ensemble nous accompagnons les marques et les organisations dans la définition et l'exécution d'une stratégie marketing durable et rentable.

Swimmingpool c'est deux bureaux à Nantes et à Paris, près de 50 collaborateurs, 6 nationalités représentées et plus de 60 fabuleux clients.

{ 8 } www.swpl.fr



Édition 2019 - Design by swpl.fr
Content by Startup Palace & SWPL

ITPartners

swpl

Startup
PALACE