

INCUBATEUR TIERS-LIEU LANDESTINI CANTAL-AUVERGNE

Session 2 : Les outils, simples, basiques

Définir sa finalité et comprendre les outils de formalisation du modèle économique.

15 et 16 octobre 2020

Compétences/ Connaissances acquises	Ressources
Identifier sa finalité, sa cible et son mode de relation avec la cible Prendre ensuite toutes les décisions en se fondant sur cette finalité (son étoile).	
Identifier ses alliés en trouvant votre plus haute finalité partagée	
Découvrir et apprendre à utiliser des outils pour formaliser son modèle économique : Canevas de proposition de valeur (VPC), Canevas du modèle économique (BMC)	<i>Document 2.4</i> <i>UTOPIES_Linnovation-qui-change-le-monde2-1</i> <i>Document 2.5 L'innovation par les modèles économiques</i>
Savoir les utiliser pour pousser plus loin son innovation au services des valeurs et de la finalité	<i>Document 2.6</i> <i>UTOPIES_NotedePosition_InnovationModelesEco_Oct2015</i>
Connaître les 12 principes de la permaculture et leurs applications dans le vie au quotidien.	<i>Site Caravane de permaculture</i>
Utiliser les diagrammes de ressources, limites, trajectoire situation actuelle.	
Appréhender le design thinking pour savoir s'adapter aux besoins de sa cible	<i>Document 2.7 Lean Startup & Design Thinking, makesense</i>

Ce(tte) œuvre est mise à disposition selon les termes de la [Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Partage dans les Mêmes Conditions 4.0 International](#).



| JOUR 1 |

→ Définir sa finalité et s'y tenir - Atelier avec Philippe Lukacs

Compétences : Identifier sa finalité, sa cible et son mode de relation avec la cible.
Prendre ensuite toutes les décisions en se fondant sur cette finalité (son étoile).

Un entrepreneur, comme nous l'avons appris en suivant les décisions de Mohammad Yunus (fondateur de la Grameen Bank), doit **identifier les 3 pôles suivants : sa cible, son mode de relation avec la cible** (ce qui est proposé), et le but recherché. Une fois cette finalité identifiée, l'entrepreneur se dirige toujours dans le même sens; il faut formuler ses décisions ainsi : « **Si ma finalité est..., alors...** ». C'est cette mise en relation directe qui permet de réfléchir de façon à la fois plus simple et innovante, et qui donc va permettre de définir des voies dynamisantes.

Prendre des décisions dans ce sens sera trouver des solutions qui permettent d'atteindre plusieurs objectifs (effet levier). La force de Yunus est qu'il a été capable d'apporter des réponses audacieuses et innovantes en utilisant des moyens dont d'autres ne seraient pas doutés car il se tenait à sa finalité : si l'on est fidèle à ce à quoi on croit fondamentalement, il va se passer des choses qui étaient imprévues mais pas imprévisibles.

Pour s'accompagner il faut **s'appuyer sur des alliés**, des individus qui partagent cette même finalité : en les écoutant attentivement on doit pouvoir identifier « la Plus Haute Finalité Partagée ». Les alliés vont donner toute leur énergie, leur créativité pour atteindre cette finalité partagée; c'est partager cette finalité qui va permettre d'alimenter le dynamisme du projet. Avec un allié, le mode de relation est le suivant : que puis-je faire pour le développer, lui donner plus de puissance.

Pour définir sa finalité, creuser "pourquoi" on veut porter ce projet en essayant de remonter au "pourquoi" le plus élevé, et le formuler en une courte phrase qui résume tous les aspects de notre vision.

Ex : Prêter aux plus pauvres pour leur développement.

Ce que l'on retient :

- toujours prendre la décision la plus simple et immédiate
- ne jamais dévier de la direction de la finalité (même pour un prototype ou un test qui serait plus facile) : Ma finalité est... alors...
- prendre la décision qui permet d'atteindre plusieurs résultats (et non une décision qui affine un résultat supposé optimal)
- face à des problèmes complexes, trouver une solution qui permet de répondre aux quatre problèmes et non une solution par problème.
- Identifier ses alliés en imaginant avec eux une plus haute finalité partagée, ce supplément d'âme qui fait que ses personnes et vous se reconnaissent dans une finalité (qui n'est pas forcément celle de votre projet strictement)
- Sortir du binaire, il y a toujours une 3e alternative



→ Outils pour identifier la valeur ajoutée de notre projet et notre modèle économique au service de l'innovation durable

Compétences : Découvrir et apprendre à utiliser des outils pour formaliser son modèle économique : Canevas de proposition de valeur (VPC), Caneva du modèle économique (BMC)

Savoir les utiliser pour pousser plus loin son innovation au services des valeurs et de la finalité

Vous trouverez beaucoup de modèles de VPC et BMC sur internet.

Voir docs d'inspiration et théorie : [2. 4 L'innovation qui change le monde](#) et [2.5 L'innovation par les modèles économiques](#)

Le canva de proposition de valeur (VPC)

Ce canva permet, pour chaque segment de client, d'identifier quelles sont ses craintes, les gains qu'il recherche et son activité; afin d'identifier en quoi notre offre est pertinente.

Trouver ses segments clients : normalement ils font partie de nos cibles définies plus tôt, se poser les questions : à qui s'adresse mon offre?

Remplir d'abord le **côté droit du canva**.

- Quels peuvent être les craintes de mes clients par rapport à mon produit/ service? Quelles craintes en général, dans sa consommation, peut-il avoir? Quelles émotions négatives peut-il ressentir?
- Quels gains recherche mon client dans mon produit/ service? Qu'est-ce qui l'enthousiasme?
- Quelles activités recherche mon client?

Puis se tourner vers **le côté gauche** pour comprendre en quoi mon produit/ service est en cohérence.

- Comment vais-je prendre en compte ses craintes? Quelle réponse apporter aux peurs de mon client? En quoi ces peurs sont-elles justifiées par rapport à ce que je propose actuellement?

- Comment mon produit va-t-il satisfaire les gains que recherche mon client? En quoi est-il une réponse pertinente à ce que mon client recherche?

- Quel est mon produit/ service concrètement? Qu'est-ce que je propose? Comment est-ce proposé? A quelle fréquence?

Le canevas du modèle économique (BMC)

Cet outil permet de retranscrire de manière simple le modèle économique d'une entreprise. Il offre une vue d'ensemble sur l'entreprise et son activité.

Celui qu'on utilise inclut également les externalités que crée l'activité.

Le BMC se remplit à partir des apports que nous avons fait en remplissant le VPC.

Les problèmes que résout votre activité : ce sont les gains et les craintes du clients (dans le VPC) → Quels sont les problèmes sociaux et/ou environnementaux que vous essayez de résoudre ? Qu'est-ce que votre business va

améliorer ? Dans 5 ans, qu'est-ce que vous aurez changé dans la société ? Quel sera votre impact ?

La mission : c'est votre finalité;

La valeur ajoutée de votre activité : ce n'est pas la même chose que les activités clés, c'est la valeur que votre activité va apporter → Quelle est la solution permettant de résoudre la problématique que vous avez identifiée ? / Qu'est-ce que votre entreprise va apporter à vos clients ? Quelle est votre valeur ajoutée ? Quels sont vos points forts par rapport à la concurrence ?

Les activités clés : c'est ce qui correspond à la case "produits et services" dans le VPC, c'est-à-dire votre coeur de métier

Les partenaires stratégiques : ceux qui peuvent vous aider à apporter la solution;

Les clients/ bénéficiaire : c'est votre cible → Qui sont vos bénéficiaires ? Qui sont vos clients ? Qui a intérêt à acheter votre solution ? Et qui en bénéficie directement ?

Les relations : c'est votre mode de relation avec la cible → Quels types de relations allez-vous établir avec vos clients / bénéficiaires ? Comment seront-ils mis en relation avec vous ? Via quel support ? A quelle fréquence ? En quoi ce type de relation vous distingue-t-il de vos concurrents ?

Les canaux de distribution : comment votre produit est distribué → Par quel moyens délivrez-vous votre produit / service ?

La structure de coûts / de revenus

Les ressources : ce dont vous disposez pour apporter à votre projet (ressources humaines, intellectuelles, financières etc.)

Les externalités négatives : les impacts négatifs (sur l'environnement, l'ensemble des parties prenantes, la société de manière plus large etc.) que votre activité génère, dont vous devez être conscients et que vous allez chercher à minimiser. → Mon activité génère-t-elle de la pollution (même si je la minimise cela reste une externalité négative)? Mon activité peut-elle porter atteinte à certains individus?



Les externalités positives : les impacts positifs que mon activité génère sur tout le monde SAUF mes clients → Mon activité permet-elle de régénérer l'environnement? Mon activité participe-t-elle au dynamisme économique? etc.

Cette démarche a été complétée avec les apports du document [Formation : Business Model](#) de makesense.

Astuce : imprimer ces deux canevas en grand format et les compléter avec des post-it pour venir leur faire des modifications sur une durée longue quand le besoin se présente.



→ **Les apports de la permaculture au design de vie - Conférence "Prise de recul" par Méлина Longpré**

Compétences : connaître les 12 principes de la permaculture et leurs applications dans la vie au quotidien. Utiliser les diagrammes de ressources, limites, trajectoire situation actuelle. → rêve, diagramme stratégique besoins → activités

Plus d'informations sur le site de [Caravane de Permaculture](#). Merci à Benjamin Burnley et la caravane de permaculture.

| JOUR 2 |

→ Les méthodes de design thinking et lean start up

Le marshmallow challenge en équipes

Vidéo [TED de Tom Wujec](#).

Ce que l'on retient :

- Ne tombez pas amoureux de votre idée, ne cherchez pas à trouver le plan unique qui fonctionne
- Testez rapidement des prototypes, apprenez, re-testez...
- L'importance de l'erreur pour acquérir des compétences (apprentissage par l'expérience)



Lean Startup et Design Thinking

Document [2.7 Lean Startup & Design Thinking. makesense](#). Merci Makesense et merci pour votre plateforme spot !

Compétences : *Appréhender le design thinking pour savoir s'adapter aux besoins de sa cible*

Le design thinking passe par plusieurs phases, qui supposent de se mettre à la place de son utilisateur pour construire son produit.

Couplé avec les méthodes du Lean Startup, cela correspond à toujours mettre en place **un processus itératif** pour savoir se réadapter aux besoins et attentes de la cible tout en restant dans la direction conforme à sa finalité. Comme nous l'a appris le marshmallow challenge, tester et expérimenter permet de vérifier ou non les hypothèses et construire en permanence une offre adaptée à sa cible.

Les prototypes en question sont ce qu'on appelle le "**produit minimum viable**" : "Je pense que mon *utilisateur* a un *problème* pour faire une *action*. Nous allons l'aider grâce à une *solution*. Nous saurons si nous avons raison si *indicateur*." On remarque que les termes en italique reprennent des éléments que l'on a identifié dans le VPC et le BMC... En vérifiant ou non qu'un prototype fonctionne, il est possible de pivoter pour construire un nouveau prototype.

→ Discussion rapide autour d'exister virtuellement

Introduction à la Landing page à formaliser pour le 26 octobre, atelier reporté à la session 3 pour laisser plus de temps aux projets.

LIVRABLES : (ce qu'on considère de réalisé, même si vous affinez ensuite entre les sessions)

- Finalité
- VPC, BMC premiers jets
- Landing page
- Plans d'actions et objectifs revus
- Lettre à vous-même

Rendez vous à la session 3 : Plans et indicateurs, mais pour qui ?