

Les leviers de communication d'une startup

FICHE 1, l'étude de marché

73% des startups qui échouent citent une mauvaise étude de marché comme cause principale (CB Insights, 2023)

L'utilisation de l'IA pour l'analyse prédictive du marché a augmenté de 65% depuis 2022

<https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-post-mortem/>

<https://bigmedia.bpifrance.fr/nos-dossiers/ia-generative-et-ia-predictive-transformation-et-innovation-pour-les-entreprises>

Principes fondamentaux

1. Définition du problème

- o Identifier précisément le problème que votre solution résout
- o Mesurer la fréquence et l'intensité de ce problème chez les utilisateurs cibles

2. Analyse du marché cible

- o Taille du marché (TAM, SAM, SOM)
- o Taux de croissance annuel
- o Segmentation démographique et comportementale

TAM (Total Addressable Market) – Marché Total Adressable

→ Représente la taille totale du marché pour un produit ou service, sans restrictions géographiques ou concurrentielles. Il s'agit du potentiel maximal en termes de chiffre d'affaires si l'entreprise capturerait 100 % du marché.

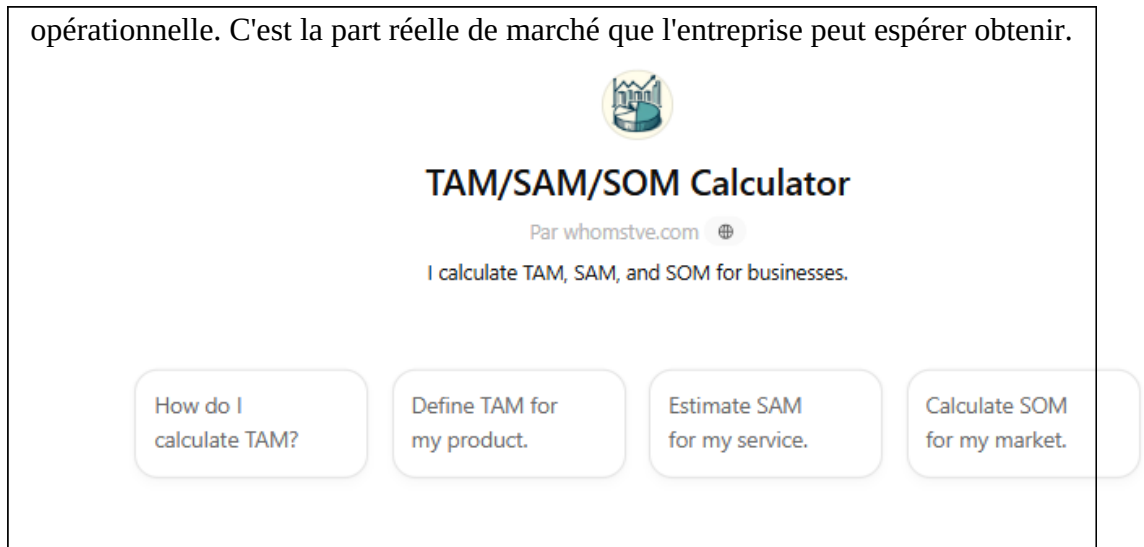
SAM (Serviceable Addressable Market) – Marché Accessible

→ Correspond à la portion du TAM que l'entreprise peut réellement atteindre en fonction de ses ressources, de sa zone géographique ou de ses canaux de distribution. C'est la partie du marché que l'entreprise peut cibler avec son produit/service.

SOM (Serviceable Obtainable Market) – Marché Obtenable

→ Il s'agit de la part du SAM que l'entreprise peut raisonnablement capturer, en fonction de la concurrence, de sa stratégie commerciale et de sa capacité

opérationnelle. C'est la part réelle de marché que l'entreprise peut espérer obtenir.



3. Étude de la concurrence

- o Analyse des concurrents directs et indirects
- o Matrice de positionnement
- o Forces et faiblesses des solutions existantes

4. Validation des hypothèses

- o Tests utilisateurs
- o Entretiens qualitatifs (minimum 20-30)
- o Prototypes et MVP pour tester les hypothèses clés

Méthodologies

Customer Development (Steve Blank)

- o Sortir du bâtiment ("Get out of the building")
- o Itérations rapides basées sur les retours clients
- o Focus sur la découverte des problèmes avant la solution

Application pratique :

- Réaliser 10-15 entretiens par semaine avec des clients potentiels
- Observer les utilisateurs dans leur environnement naturel
- Participer à des événements sectoriels où se trouvent vos clients cibles
- Utiliser les médias sociaux pour engager des conversations directes

Itérations rapides basées sur les retours clients

Contrairement à l'approche traditionnelle où le produit est développé puis présenté au marché, le Customer Development préconise des cycles courts de développement et d'ajustement.

Focus sur la découverte des problèmes avant la solution

Le Customer Development inverse la tendance naturelle des entrepreneurs à se focaliser sur leur solution. Il insiste sur la nécessité de comprendre profondément le problème avant de développer une solution.

Techniques de découverte des problèmes :

- Questions ouvertes ("Racontez-moi comment vous gérez actuellement...")
- Analyse des workarounds (solutions de contournement actuelles)
- Quantification de la douleur ("Sur une échelle de 1 à 10...")
- Exploration des conséquences ("Que se passe-t-il quand ce problème survient?")

Outils et techniques

- **Carte d'empathie** : Visualiser ce que le client pense, ressent, voit, entend et fait
- **Value Proposition Canvas** : Aligner les douleurs et gains des clients avec votre offre
- **Entretiens d'exploration** : Conversations structurées pour découvrir les besoins non exprimés
- **Tests de concierge** : Fournir le service manuellement avant de l'automatiser
- **Expérimentations de tarification** : Tester différentes structures de prix pour valider la volonté de payer

La Value Proposition Canvas

Value Proposition Canvas

Le Value Proposition Canvas, développé par Alexander Osterwalder, est un outil puissant qui permet d'aligner votre offre avec les besoins réels de vos clients. Ce framework visuel se compose de deux parties principales qui s'emboîtent parfaitement lorsque votre proposition de valeur répond aux attentes du client.

Structure du canvas

Profil client (côté droit)

1. **Jobs-to-be-done** (tâches du client)
 - o Tâches fonctionnelles : problèmes pratiques à résoudre
 - o Tâches sociales : comment le client veut être perçu
 - o Tâches émotionnelles : états émotionnels recherchés
 - o Tâches de support : rôle du client dans les processus d'achat/décision
2. **Pains** (douleurs)

- o Obstacles et problèmes rencontrés pendant les tâches
- o Risques (indésirables ou potentiels)
- o Résultats insuffisants des solutions actuelles
- o Contraintes limitant la capacité d'action

3. **Gains** (bénéfices)

- o Résultats attendus et bénéfices concrets
- o Critères de réussite et mesures de performance
- o Avantages désirés (fonctionnels, sociaux, émotionnels)
- o Surprises positives qui dépassent les attentes

Carte de valeur (côté gauche)

1. **Products & Services**

- o Liste de tout ce que vous offrez
- o Tangibles (produits physiques)
- o Intangibles (services, garanties)
- o Digitaux (plateformes, applications)

2. **Pain Relievers** (soulageurs de douleurs)

- o Comment votre offre élimine ou réduit les douleurs identifiées
- o Économies (temps, argent, effort)
- o Réductions des risques et obstacles
- o Solutions aux frustrations actuelles

3. **Gain Creators** (créateurs de gains)

- o Comment votre offre génère les bénéfices attendus
- o Fonctionnalités spécifiques qui créent des avantages
- o Éléments qui surprennent positivement ou enchantent

Exemple pratique

Pour une application de livraison de repas à domicile :

Jobs du client :

- Se nourrir rapidement sans cuisiner
- Découvrir de nouveaux restaurants
- Partager un repas en famille sans effort

Pains :

- Temps d'attente incertain
- Repas qui arrive froid
- Options limitées pour régimes spécifiques

Gains :

- Économie de temps
- Découverte culinaire
- Qualité restaurant à domicile

Produits & Services :

- Application mobile
- Réseau de restaurants partenaires
- Service de livraison

Pain Relievers :

- Suivi en temps réel des livraisons
- Emballages isothermes
- Filtres avancés pour régimes alimentaires

Gain Creators :

- Livraison en moins de 30 minutes
- Recommandations personnalisées
- Programme de fidélité

2. Jobs-to-be-Done (Clayton Christensen)

- o Comprendre les "jobs" que les clients cherchent à accomplir
- o Identifier les circonstances et motivations d'achat
- o Analyser les alternatives existantes (y compris ne rien faire)

<https://www.youtube.com/watch?v=2Yv67tZP1j8>

3. Lean Startup (Eric Ries)

- o Boucle Construire-Mesurer-Apprendre
- o Définition claire des hypothèses risquées
- o Tests quantifiables et métriques d'apprentissage

<https://www.youtube.com/watch?v=Ya9rxrKMenc>

<https://www.youtube.com/watch?v=8JodLV78WZI>

PROMPTS A TESTER

Prompts pour la phase d'idéation et validation

"Analyse cette idée de business [description] et identifie ses points forts, ses faiblesses, et les opportunités inexploitées du marché."

"Génère 10 questions critiques qu'un investisseur pourrait me poser sur mon concept de [type d'entreprise]."

"Aide-moi à créer un questionnaire pour valider mon idée de [produit/service] auprès de [public cible]."

"Suggère 5 moyens efficaces et peu coûteux de tester la demande du marché pour [mon produit] avant de lancer officiellement."

"Identifie les principaux concurrents dans le secteur [industrie] et suggère comment je pourrais me différencier."

Prompts pour le business planning

"Aide-moi à structurer mon business model canvas pour [type d'entreprise]."

"Crée une liste de métriques clés à suivre pour mesurer le succès de ma startup [domaine]."

"Rédige une structure de business plan détaillée pour [mon projet], incluant tous les éléments essentiels."

"Quelles sont les principales erreurs à éviter dans les projections financières d'une startup de [secteur]?"

"Suggère 3 stratégies de pricing différentes pour [mon produit/service] avec les avantages et inconvénients de chacune."

ALLEZ SUR GROK 3

Créez une carte d'empathie avec GROK 3

Consultez les sites sur lesquels il s'appuie

- **Pense et ressent** : Stressé par les deadlines, peur d'échouer.
- **Voit** : Des camarades qui réussissent, des profs exigeants.
- **Entend** : "Tu dois travailler plus dur" de ses parents.
- **Dit et fait** : "Je n'ai pas le temps !" tout en procrastinant sur son téléphone.
- **Douleurs** : Fatigue, désorganisation.
- **Gains** : Meilleures notes, plus de temps libre.

Dites-moi qui est votre cible et je vous aiderai à remplir la carte avec des suggestions adaptées ! Que pensez-vous ?



UTILISATION D'OUTILS

Outils d'étude de marché

Aller sur Crayon lien : <https://www.crayon.co/ai-toolkit/news-summary>

Adaptez les prompts proposés et collez les sur l'IA Deep Seek

- o Allez sur Google Trends et Exploding Topics (<https://explodingtopics.com/>) pour détecter les tendances émergentes

2. Plateformes d'enquête et feedback

- o Google Forms pour les études quantitatives

3. Analyse de données

- o Allez sur SEMrush pour l'analyse des mots-clés
- o SimilarWeb pour étudier le trafic des concurrents
- o Answer The Public pour les requêtes consommateur
- o Comparables AI pour évaluer les acteurs de son marché, <https://appv2.comparables.ai/>
- o SparkToro: Outil de recherche d'audience et d'intelligence marketing, plateforme d'intelligence marketing fondée par Rand Fishkin (ancien fondateur de Moz) et Casey Henry en 2018. Cet outil révolutionnaire permet de découvrir ce que vos audiences cibles lisent, regardent, écoutent et suivent en ligne.

Je retiens

Pour votre startup, commencez par:

1. Définir clairement votre problématique et hypothèse de valeur
2. Identifier 50 clients potentiels à interviewer
3. Créer un questionnaire non biaisé avec questions ouvertes
4. Analyser les patterns dans les réponses
5. Tester un MVP minimal pour valider la volonté de payer