**Déceler un besoin et trouver ses premiers clients**

Comment faire son étude de marché pour son business plan ? Qui sont mes clients ?  Comment les prospecter et définir le juste prix ?  Clémence de La Serre et Constance Jean Perrin sont deux diplômées de l'ESSEC passionnées par le design et l’entrepreneuriat. Elles se sont rencontrées pendant leurs études lors d’un projet commun à l’ESSEC, Centrale Paris et l’école de design Strate Collège. C’est à ce moment-là qu'elles se sont rendues compte que le design était un levier de croissance formidable ! Elles nous expliquent ici comment elles ont analysé leur marché et trouvé des clients.

## Le pitch d'Osons le Design

**Nous avons fondé Osons le Design**, une société de conseil en marketing et en design pour créer des ponts entre PME et design. Nous agissons en 3 temps :

1. Nous élaborons avec l’entreprise la stratégie marketing (objectifs, positionnement, cible, plan d’action), ce qui est primordial pour que la réponse design soit pertinente
2. Nous sélectionnons le designer adapté : plus de 40 designers référencés, avec des expertises variées, pour nous permettre de répondre à des problématiques d’identité de marque, de packaging, de création de sites web, de design produit, de design de service.
3. Nous gérons le projet sur la durée, jusqu’à son déploiement

73% des entreprises qui ont eu recours au design considèrent que cela leur a permis d’augmenter leur chiffre d’affaires.

## Le besoin auquel répond Osons le Design

**Nous sommes convaincues que toutes les grandes réussites business sont liées au design** : Apple, Décathlon, Kusmi Tea, Michel et Augustin, Leetchi, BlaBlaCar, pour ne citer qu’eux.  
Que ce soit pour travailler sur l’usage, la fonctionnalité ou l’identité de marque, le design est primordial. Pourtant il n’est pas réservé aux grands groupes. Osons le Design rend le design accessible aux PME ! **Cette démarche design doit être accompagnée d’une vraie réflexion marketing,** que nous menons.

## Fixer le prix d'une prestation dans son business plan

**Notre marché est très concurrentiel et il existe une multitude d’acteurs** : de l’agence internationale au freelance. Les prix vont du simple au centuple ! Pas facile de se positionner. **Nous avons beaucoup regardé les prix pratiqués par la concurrence.**  
Ensuite, nous avons tenté plusieurs approches de pricing au cours de [l’élaboration de notre business plan](http://www.my-business-plan.fr/dossier-1-faire-un-business-plan). Nous avons tâtonné. Notre vision était parfois théorique. Et **c’est finalement le marché et nos premiers clients qui nous ont permis de valider notre modèle.**

## Trouver qui sont ses clients et les prospecter

**Avant de se lancer dans la création d’entreprise**, il faut savoir à qui on s’adresse et comment on s’adresse à eux. Il faut absolument construire un récit de marque et une promesse client claire et efficace.  
**Pour trouver nos clients, nous participons à de nombreux événements de networking et organisons des conférences.** Nous publions aussi des tribunes dans le Cercle des Echos et jouons le rôle d’expert design pour le magazine Dynamique Entrepreneuriale. Nous avons aussi un site [osonsledesign.com](http://osonsledesign.com), un blog [osonsledesign.tumblr.com](http://osonsledesign.tumblr.com) et nous sommes actives sur les réseaux sociaux, notamment Twitter.

**Lors de la rédaction du business plan**, pour mieux comprendre nos clients, nous avons mené des **recherches documentaires et une étude de marché qualitative** auprès de nos cibles entreprises et de nos cibles designers pour valider nos hypothèses (besoin, prix, pertinence de notre offre). Ces études nous ont permis de bien cerner notre marché et de nous positionner au mieux. Nous avons aussi trouvé des arguments pour notre discours commercial et pour la construction de notre récit de marque.

**Par rapport à nos business plan, nos clients actuels sont ceux que nous avions identifiés**. Même s’il est vrai que nous avons beaucoup d’entrepreneurs et que nous cherchons plus à atteindre les PME. Il faut donc redoubler d’effort dans le démarchage pour atteindre notre cible idéale.

## Les clés de la réussite entrepreneuriale

Nous avons écrit u[ne tribune dans le Cercle des Echos](http://lecercle.lesechos.fr/entrepreneur/marketing-communication/221172558/croissance-et-pme-osez-immateriel) dans laquelle nous analysons le succès de certaines entreprises. Selon nous, la clé de la réussite tient en trois points : **l’identification d’un besoin, la proposition d’un usage pertinent et la force d‘une marque**. Cette analyse est vraie pour les produits, les services, le B2B ou le B2C !

Un autre conseil : **Avant de vous lancer, analysez bien votre marché**, votre cible, vos concurrents et sachez vous positionner.  
Une fois que vous êtes lancé : soyez persévérants ! Pour reprendre le bon mot d’un ami entrepreneur « la chance aide parfois, le travail toujours ».

Dans la première phase de l’entrepreneuriat, vous devez construire votre offre. Ensuite, vous devez la confronter au marché et **votre principal métier, c’est de vendre** ! Vous devez donc affûter votre discours commercial pour faire paraître clairement votre promesse et votre bénéfice client. **L’attention des clients est limitée, il faut être impactant !**