

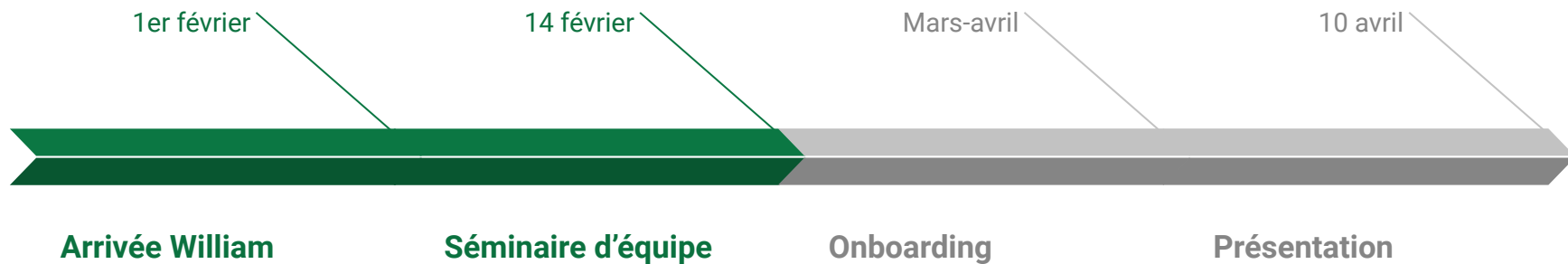
Meet-up

Agenda ?

1. Rappel contexte et objectifs du meet-up
2. Visions (organisation & produits)
3. Moyens
4. Priorités

Contexte et objectifs

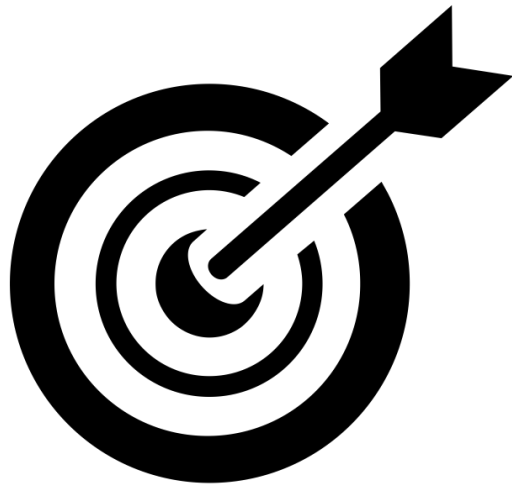
Previously on...



Objectifs du jour

Clarifier

Donner à voir



**Donner des
perspectives**

Onboarder

Une révolution...

... de velours

Vision MV

Vision MV

1. **Besoin social**
2. *Mission*
3. *Enjeux liés à la mission*
4. *Assets pour y parvenir*

Besoin social

La recherche d'emploi pour les jeunes qui en sont éloignés est souvent synonyme d'échecs et d'angoisse

Plusieurs raisons expliquent cela : niveau de qualification, expérience, réseau etc...

Besoin social

Mais pas que...



La confiance en soi est un facteur déterminant dans la réussite de l'insertion professionnelle

Il s'agit pourtant d'un levier qui est peu ou mal appréhendé en France

Pourquoi est-ce un problème majeur ?

Besoin social

Le fait de ne pas agir sur la confiance en soi risque de plonger les jeunes dans des boucles de renoncements, et de créer des chômeurs de longue durée.

Enjeu social

Rupture du pacte républicain, et de la promesse égalité des chances

Enjeu économique

Un chômeur coûte 20K par an

Enjeu citoyen

Ne pas permettre aux jeunes de trouver un emploi est une menace pour la démocratie

**Qui est concerné par ce problème ?
Quelles sont nos cibles ?**

Jusqu'à présent nous parlions de NEETS...

**Demain nous nous adressons aux jeunes
éloignés de l'emploi**

Pourquoi ce changement de cible ?

1

Parce que le problème que nous appréhendons ne concerne pas que les NEETS

2

Parce que cette catégorie est mal perçue et comprise par nos parties prenantes

Qui sont les jeunes éloignés de l'emploi ?

- Ils ont entre 18 et 29 ans
- Il s'agit aussi bien de femmes et d'hommes
- Ils habitent sur le territoire métropolitain
- Ils ne sont pas nécessairement sans diplômes et/ou sans expérience

Ils ont pour point commun d'être dans une impasse dans leur recherche d'emploi, et ils ne savent pas comment avancer.

Vision MV

1. *Besoin social*
2. **Mission**
3. *Enjeux liés à la mission*
4. *Assets pour y parvenir*

Notre mission

Face au problème identifié, que mettons-nous en place pour y répondre ?

Notre mission

**Nous donnons le pouvoir d'agir
aux jeunes éloignés de l'emploi**



Notre mission

En travaillant sur la confiance en soi, nous leur permettons de se mettre en action, et contribuons ainsi à booster leur employabilité.

Ce qui nous différencie



L'usage de la tech :
elle nous permet de
nous adresser à
100% des jeunes...
et d'avoir un dialogue
personnalisé avec
chacun d'entre eux.

100% d'attention sur
100% des jeunes



L'approche
pédagogique basée
sur l'expérience :
c'est en faisant que
les jeunes
progressent dans
leur recherche
d'emploi



Un positionnement
fondé sur la
bienveillance et l'aide

Nous ne jugeons pas
et nous ne
sanctionnons pas...
notre rôle est d'offrir
un espace de
confiance.

Vision MV

1. *Besoin social*
2. *Mission*
3. **Enjeux liés à la mission**
4. *Atouts pour y parvenir*

Nos enjeux

Quels sont les enjeux à appréhender pour réussir notre mission ?



Vision MV

1. *Besoin social*
2. *Mission*
3. *Enjeux liés à la mission*
4. **Assets pour y parvenir**

Quels sont nos atouts ?



Notre histoire

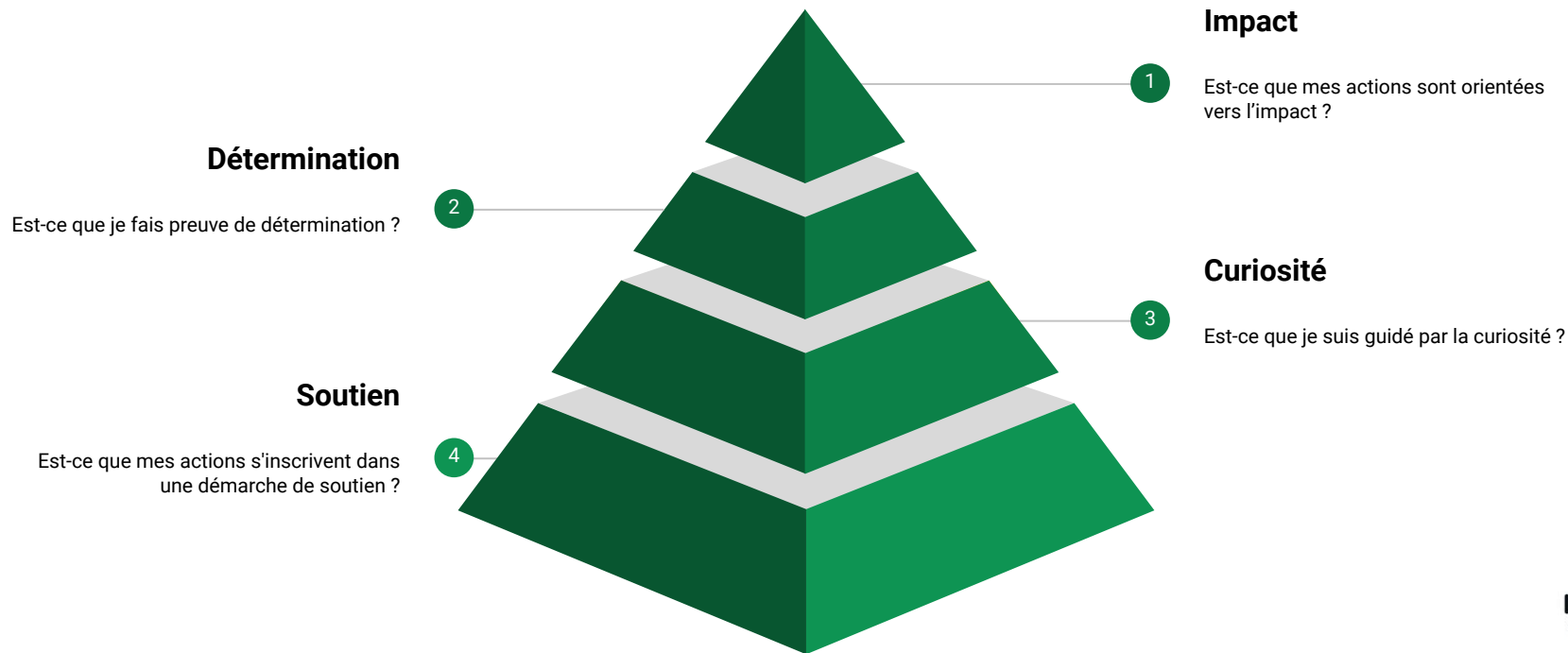
Nous avons un vécu, une culture, et des réalisations :

- Un savoir faire : maraudes numériques, entretiens
- Des produits : 1E1J
- Des POC : LM et IA

Qui témoignent de notre capacité à développer des réponses au besoin social identifié

Quels sont nos atouts ?

Nos valeurs



Quels sont nos atouts ?

Notre positionnement

Une association

D'un point de vue
statutaire, c'est ce qui
permet de garantir que
nos actions sont
tournées vers l'impact

ET

Une start up

D'un point de vue état
d'esprit /
fonctionnement, c'est ce
qui permet de démontrer
notre capacité à innover,
et notre ambition de
changer d'échelle

Quels sont nos atouts ?



Des soutiens structurants

MaVoie.org est identifiée auprès des principaux acteurs de la tech & transition tech : Google, Microsoft, TikTok, Accenture, Share It, Devoteam...

Outre le fait de bénéficier de leurs soutiens (cash et compétence), c'est aussi un crédit social très important.

Quels sont nos atouts ?

Une équipe et un board motivés et engagés dans la réussite de notre mission !

Défis & opportunités

Strength

Histoire
Valeurs
Positionnement
Soutiens
Equipe et board

Weakness

Nous sommes une petite structure, avec des moyens en investissements contraints

Notre modèle économique dépend aujourd'hui très largement des subventions

Opportunity

IA for good : momentum très fort sur la question de l'éthique de l'IA
IA for good : opportunités de financements fortes
IA et monde associatif : terrain à défricher très largement donc place à prendre

Threats

D'autres acteurs sont susceptibles de se mettre sur le même positionnement que nous (exemple WeTechCare avec le projet Declic finaliste de LFSE)

En résumé

MAVOIE.ORG

Parce que la recherche d'emploi est trop souvent synonyme d'échec pour les jeunes qui en sont le plus éloignés

MaVoie.org s'engage à leurs côtés et se fixe pour mission de les rendre acteurs de leur insertion professionnelle en agissant sur la confiance en soi

Grâce au numérique, nous nous engageons auprès du plus grand nombre, sans transiger sur l'exigence de prendre en compte chaque situation dans sa singularité

Vision produit

Quels sont les expertises et outils qui nous permettent de donner corps à notre mission ?

Aujourd'hui

Maraudes numériques

C'est ce qui nous permet de toucher largement et convertir en bénéficiaires.

Expertise forte qui se traduit par des partenariats et actions marquantes : grants TikTok, Linkedin, projet Aisne,...

Expertise qui correspond à un besoin des structures qui ont du mal à sourcer

Entretiens individuels

C'est ce qui nous permet de suivre les jeunes qui éprouvent le plus de difficultés pour se mettre en mouvement.

Très fort attrait (cf planning de rdv toujours rempli) ... mais aussi très forte volatilité (cf nombre de no show)

Demain



Notre mission

*MaVoie.org lève les freins psychologiques
handicapant l'entrée sur le marché du travail
des jeunes éloignés de l'emploi (18-29 ans)*

Vision produit

Pour

les jeunes éloignés de l'emploi (entre 18-29 ans)

Qui

se sentent perdus et fragilisés dans leur recherche, et souhaitent “se (re)lancer” sur le marché du travail

Le produit est

une progressive web app type duolingo/petit bambou

Qui

à travers des défis réguliers, leur redonne confiance en eux en les faisant progresser à leur rythme sur leur développement personnel et leurs soft skills.

A l'inverse des autres, notre produit

Repose sur une méthode pédagogique multidimensionnelle alliant l'humain (coaching individuel et collectif - codev en P2P et “learning by doing”) et l'IA (assistant expert RH et dev perso personnalisé) permettant d'engager nos bénéficiaires vers l'autonomie professionnelle.

Vision produit

Mission

 Long terme

Vision

<Produit> aide <Personne> à ...

Lever les freins psychologiques des jeunes handicapant leur accès au marché du travail

Why

Quel est le job émotionnel de votre produit ?

Faire de la recherche d'emploi un vecteur de connaissance de soi et des autres, positif & enthousiasmant, permettant de faire croître leur développement personnel et de renforcer leurs softs skills.

How

Comment votre Produit remplit-il sa fonction ?

Des défis récurrents pour progresser à son rythme sur son développement personnel et ses softs skills, à travers une expérience ludique et engageante (Assistant IA et gamification)

What

Quelle est la fonction que remplit votre Produit ?
Qu'est-ce qu'il permet de faire concrètement ?

Des parcours adaptés aux besoins de nos utilisateurs pour les accompagner de façon très concrète dans leur recherche d'emploi (assistant IA pour travailler son projet pro, faire son CV...), jalonné par du coaching humain individuel (RDV de suivi) ou collectif (codev et initiation à l'IA appliquée à la recherche d'emploi).

le petit bambou des JEE

Agir sur l'estime et la confiance en soi

1

Une solution pour libérer son potentiel

On t'aide à adopter un état d'esprit positif et ouvert, en travaillant en continu sur tes softs skills pour libérer ton potentiel (growth mindset)

2

Un apprentissage Personnalisé

Conçues pour s'adapter à ton niveau et t'aider à apprendre à ton rythme, nos leçons combinent le meilleur de l'intelligence artificielle et de l'accompagnement humain.

3

Une motivation toujours là

On t'aide à "rester dans le game", grâce à nos fonctionnalités ludiques, à nos défis quotidiens et aux rappels. Mais aussi en te sortant de l'isolement avec nos ateliers en collectif (codevP2P/initiation à l'IA) et nos point de coaching perso

4

Une Méthode scientifique

On utilise des méthodes d'enseignement fondées sur la recherche associées à du contenu ludique pour créer des cours qui enseignent efficacement par la pratique et le codev.

Une place centrale dans l'écosystème et des perspectives de modèles économiques multiples

1

Une solution
grand public
freemium



Modèle économique
pouvant reposer
sur de la publicité
pour des formations,
des employeurs,
des agences interim,
des job board...

2

Une solution de
recrutement inclusif



Pour rendre plus inclusif
les processus de sélection
des employeurs
(permettant de dire aux
candidats soit on te
recrute soit tu continues
de progresser) et les
rendre plus efficaces
(chronophage de faire
passer 1000 entretiens
avant de trouver le bon)

3

Une solution
inclusive pour les Job board



Intégration du simulateur
dans les job board comme
élément permettant de
garantir le caractère
inclusif du recrutement et
permettre aux candidats
d'évaluer leur chance
avant de postuler
vraiment tout en
progressant et faisant
gagner du temps aux RH

4

Une solution pour préparer
les nouveaux diplômés



Une solution pour aider les
organismes de formation
à préparer la sortie
positive de leurs jeunes
diplômés et d'améliorer
leur activité de
"prescripteur" auprès
d'employeurs.

Raconter une histoire

Au fondement du Design narratif®,
le schéma narratif adapté



| Situation initiale | Élément modificateur | Péripéties | Dénouement | Situation finale | |
|--|--|--|---|---|--|
| <p>Personne ne focalise 100% de son attention sur les JEE</p> <p>La santé mentale est capitale</p> <p>Ainsi que le renforcement des softs skills</p> | <p>Les JEE ne sont pas autonomes et peinent à se projeter positivement</p> <p>Difficile de faire du quanti quand on doit faire du "sur mesure"</p> | <p>Une acquisition 100% JEE</p> <p>Une activation pleine de sens grâce au Duolingo de l'emploi (une IA pour progresser)</p> <p>Un engagement renforcé grâce à notre accompagnement humain ind/collectif (codev et initiation à l'IA)</p> | <p>Création de contenus et parcours pédagogiques</p> <p>Création d'un espace gamifié en lien avec un suivi humain</p> <p>Implémenter l'IA au coeur du produit</p> | <p>NPS*</p> <p>% de JEE ayant confiance en eux</p> <p>% de JEE en emploi après 6 mois</p> | <p>% de JEE ayant progressé (score Goshaba)</p> <p>% de JEE autonome dans leur recherche</p> <p>% de JEE en emploi après 12 mois</p> |
| Constats sociétaux | Enjeux métiers | Proposition de valeur | Impacts métier | Résultats sociétaux | |

Direction Stratégique

Etat durable

Il s'agit du diagnostic tel que vous aimeriez l'établir à la fin du cycle. A quoi ressemblera la victoire d'ici 12-18 mois :

- **Produit** (30% de notre base utilisateur + 10k utilisateurs)
- **Marché** (on est identifié comme l'acteur innovant majeur dans l'insertion des jeunes utilisant l'IA au service du dev pro/perso)
- **Organisationnel** (on a réussi à transformer notre organisation en une organisation orientée bénéficiaire)

Désirabilité

Pourquoi résoudre ce challenge de cette manière est bon pour nous ? (avantages comparatifs durables...)

Un positionnement unique sur la santé mentale

Une expertise IA open source unique nous plaçant en tête de réseau

Anti-goals

Quels indices nous montreraient que nous n'allons pas dans la bonne direction ?
Que ne voulons-nous absolument pas voir ?

être perçu par France travail /start up d'état comme des concurrents qui veulent réinventer la roue sur l'orientation/l'information

Accessibilité

Pourquoi pensons-nous être capable d'atteindre l'état durable ? En investissant quelles ressources et comment ?

Nous venons de lever 1Md'€ sur le projet + autres AAP

Soutien Devoteem, share it...

Nous avons toutes les conditions pour tester nos formats avec Simplon et Oreegami

Abandons

Challenges, directions, segments, marchés, produits...Qu'avons-nous décidé :

- de ne pas adresser ?
- de ne plus adresser ?

Nous n'adressons plus les + de 29 ans. Nous ne faisons plus de la redirection de solution/orientation via des outils en ligne

Quelles sont les actions en cours ?

- **Partenariats clés :** Oreegami et Simplon
 - Discovery (interviews quali avec bénéficiaires)
 - Conception de notre pédagogie :
 - in app (éprouver nos prompts et nos parcours UX)
 - Accompagnement & formation (initiation à l'IA BtoC et BtoB)
- **Financements :** rappel des montants levés sur la base de cette vision/pitch en K€ + ventilation entre :
 - Sécurisation du projet MaVoie.org dans le temps (quantifier notre horizon de temps/durée de vie)
 - Financement du produit (investissement produit pure)
 - Autre sources de financement
- **Réseau d'experts IA, RH/Dev perso :**
 - grâce à Google pour les sujets IA
 - grâce au board avec Amélie (RH/Dev perso) et Kate (IA et acteurs tech comme Mistral)
 - grâce à Goshaba

Mission d'équipe

Nom de l'équipe

Diagnostic (niveau équipe)

Quelle est l'analyse de l'équipe sur son contexte étant donné le diagnostic stratégique ?



Etat durable (niveau équipe)

Comment l'équipe définit son succès dans le cadre de la direction stratégique ?

Périmètre et fonction de l'équipe

Sur quoi l'équipe a de l'ownership ? Qu'est-ce qui est en dehors de son périmètre ? De qui est composée l'équipe ? Des recrutements sont-ils à venir ?

Opportunités à saisir

Quelles opportunités l'équipe devra saisir dans le cadre de la direction stratégique ?

Product Vision Board

Vision

Pour Utilisateurs cibles , qui a besoins / problèmes, Le nom du produit / de la fonctionnalité permet le bénéfice clé car notre produit dispose d'un critère de différenciation exceptionnel. Notre produit sera un succès si objectifs business.

Utilisateurs cibles

Persona A

Persona B

Besoins

Rechercher facilement le produit qui correspond à mes attentes

Communiquer efficacement avec le service après-vente

Être rassuré sur la livraison à domicile

Fonctionnalités

Moteur de recherche intelligent

Chatbot pour renseignements après-vente

Disclaimer concernant la livraison

Objectifs business

+ 10% transactions

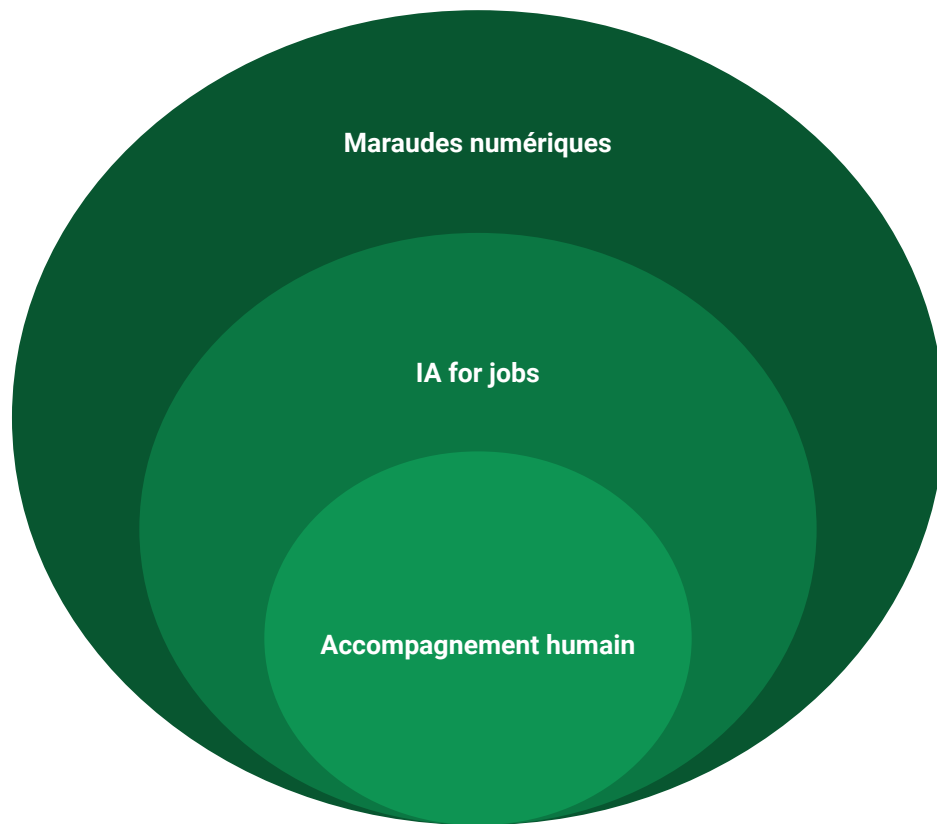
+ 15% montant panier moyen

Baisse du taux de drop

Lean Canvas

| | | | | |
|--|--|---|--|--|
| Problèmes 3 principaux problèmes à résoudre | Solutions 3 solutions pour répondre aux problèmes identifiés | Proposition de valeur En quoi répond-elle au marché ? En quoi est-elle différente ou meilleure que les autres ? | Avantages compétitifs En quoi avez vous une longueur d'avance ? Qu'est-ce qui vous protège de la concurrence ? | Segment client Qui sont vos clients ? Comment peuvent-ils être segmentés |
| Alternatives Comment ces problèmes sont-ils actuellement résolus | Indicateurs KPI et indicateurs clé de performances | High level concept Pitch en comparant à un concept existant | Canaux Quels canaux de communication ou de distribution pour toucher vos clients ? | Pionniers Qui seront vos early adopters ? |
| Coûts Quels sont vos coûts de structure, de communication ponctuels et récurrents liés au fonctionnement de votre activité ? | | | Revenus D'où viennent vos revenus ? Qui subventionne votre produit ? | |

En résumé



Les moyens

Les moyens

1. *Modèle économique*
2. *Impact organisation*

Les moyens

1. **Modèle économique**
2. *Impact organisation*

Modèle économique

Subventions

IA for jobs
Design pédagogique
Territorialisation
Expérimentations
Mesure d'impact

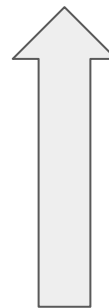
**Prestations
services**

Maraudes numériques

**Prestations
formations**

Formation IA pour les
conseillers en insertion

Non profit



Modèle basé sur la rentabilité

Modèle économique

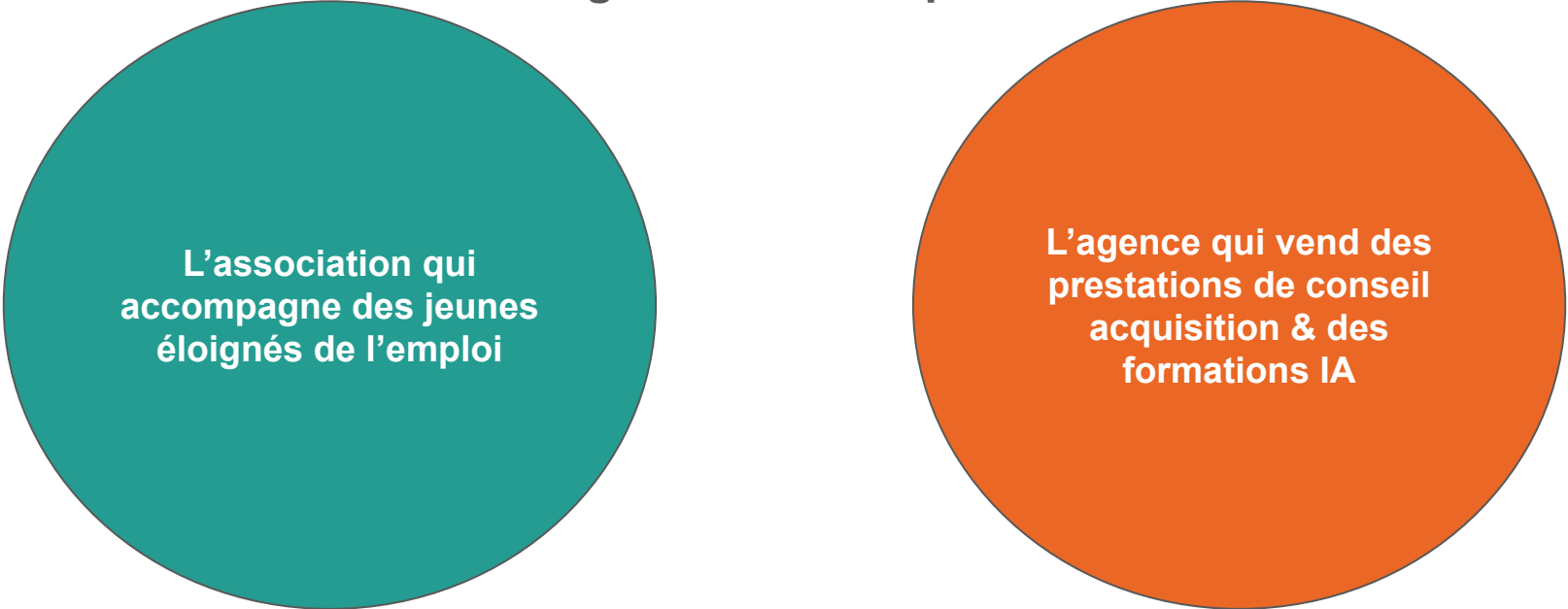
| | Qui |
|--------------------|--|
| Subventions | Google, Fidelity, Raise, Fondation Face, Fondation, LFSE, ANCT, Fondation AFNIC Contrats de villes |
| Prestations | Associations engagées dans l'insertion professionnelles, service public de l'emploi, collectivités territoriales |
| Formations | Associations engagées dans l'insertion professionnelles, service public de l'emploi |

Les moyens

1. *Modèle économique*
2. **Impact organisation**

Impact

Organisation bicéphale



L'association qui
accompagne des jeunes
éloignés de l'emploi

L'agence qui vend des
prestations de conseil
acquisition & des
formations IA

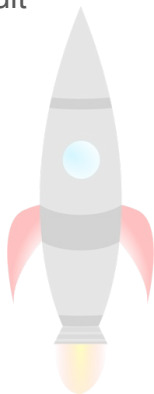
Les objectifs

Quelles priorités ?

2024

Q3-Q4 : suite
expérimentation offre
maraudes numériques
(obj 3-4 clients)

Q4 : lancement new
produit



2025

Formalisation et mise
en place de notre
mesure d'impact

Territorialisation MaVoie
à Marseille

Si test 2024 concluants,
lancement BU et offre
associée maraudes
numériques

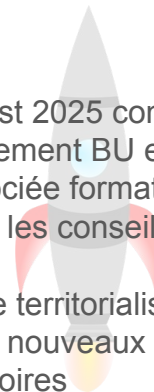
Test offre de formation
IA pour les conseillers



2026

Si test 2025 concluant,
lancement BU et offre
associée formation IA
pour les conseillers

Suite territorialisation
=> 2 nouveaux
territoires



Et pendant ce temps ?

**On prépare le terrain, on oriente nos actions
vers le design produit et nouvelles offres.**

Prochaines étapes

1

Récolte feedback équipe : comment est-ce que cette vision résonne ?

2

Onboarding board members sur la vision strat & produit

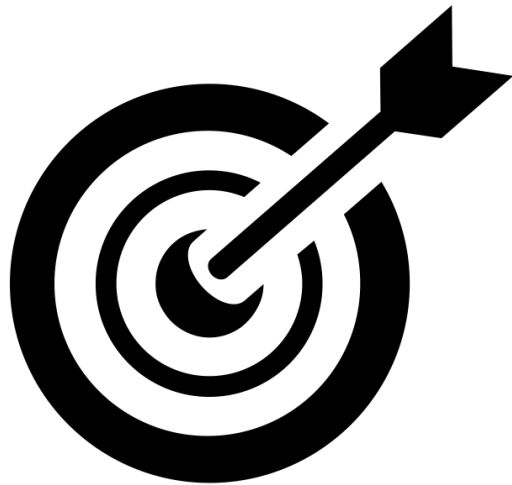
3

Déclinaison en objectifs et roadmap

Pour conclure

Clarifier

Donner à voir



Donner des
perspectives

Onboarder