

Lean Start Up et Growth Hacking



“

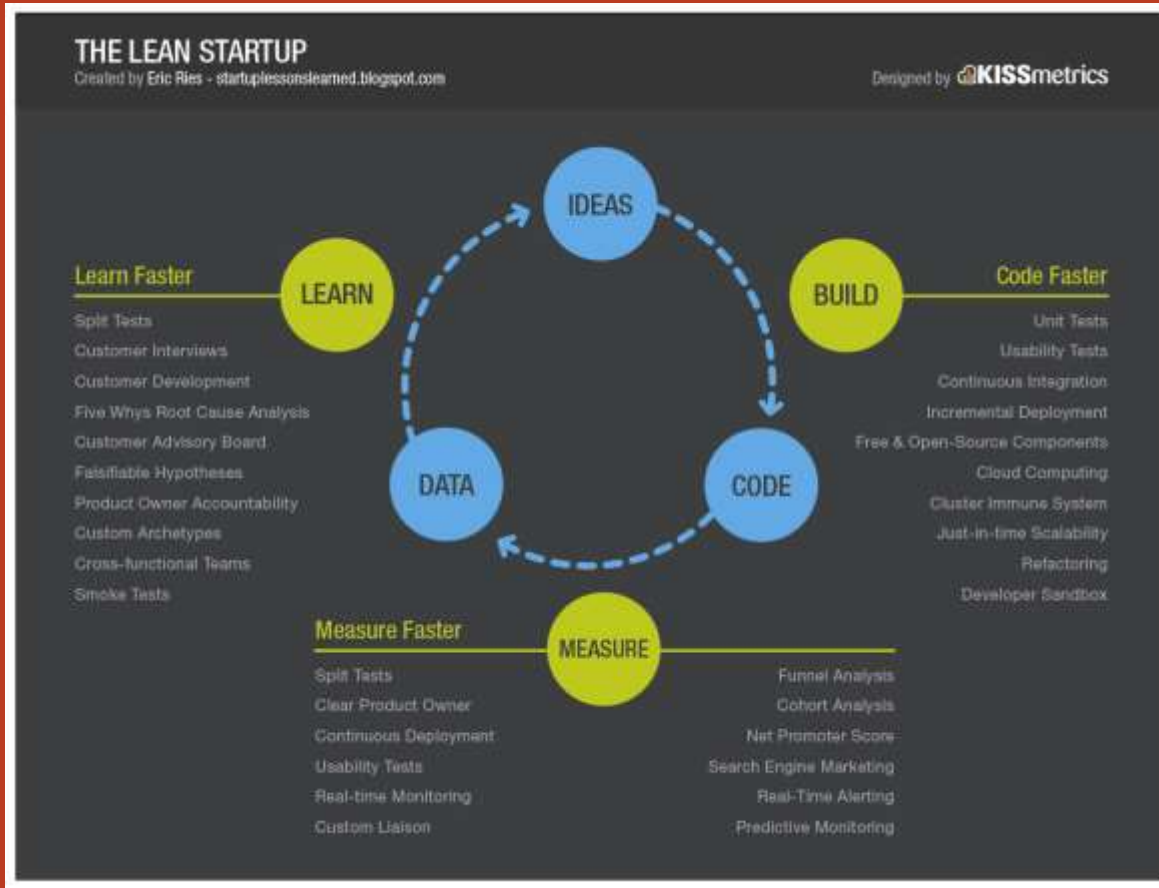


*“Life’s too short to build something
nobody wants” - Ash Maurya*

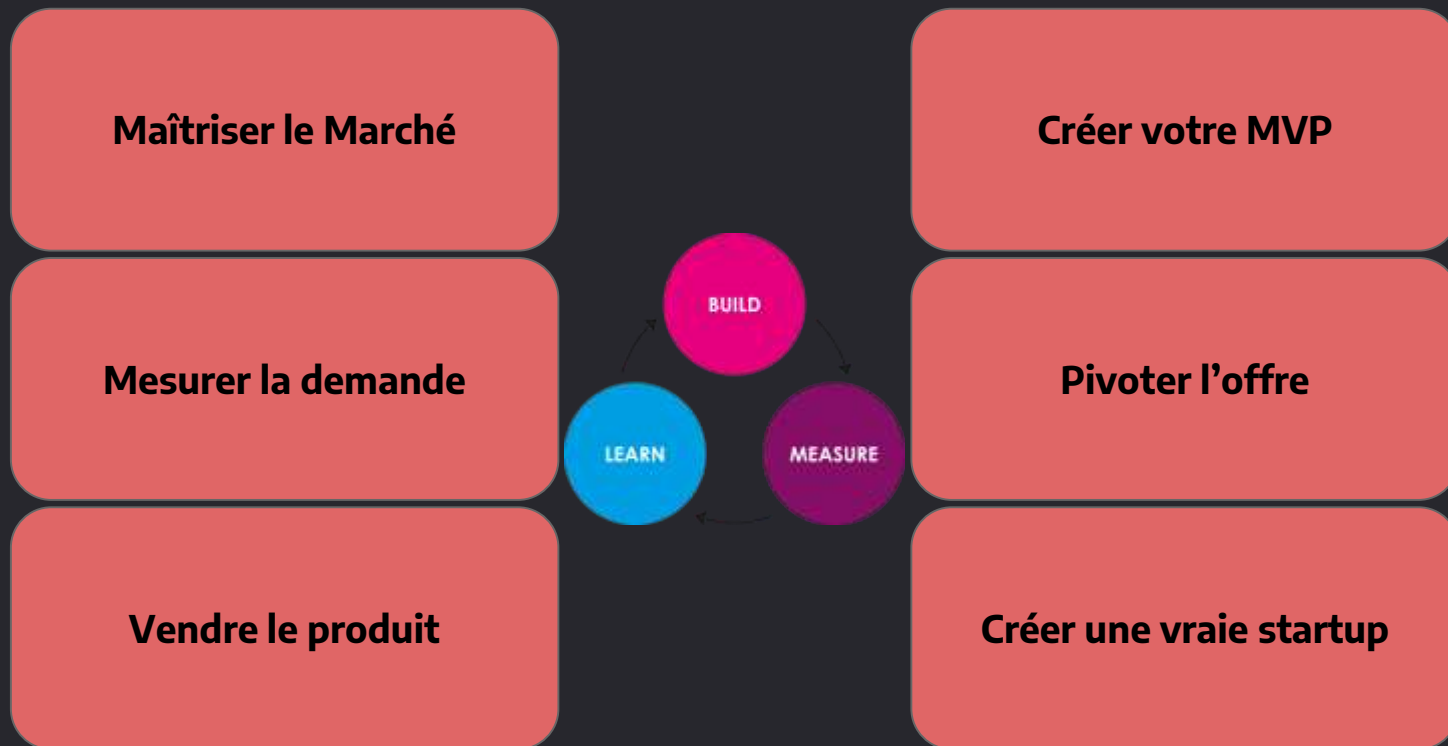
Lean StartUp : kezako ?

Le Lean Startup est une **manière d'entreprendre**,
Basée sur des **itérations**,
En lançant une **Offre Minimum**, l'**ajuster**, jusqu'à
trouver la meilleure idée !

BUILD MEASURE LEARN



Les 6 outils du Lean Startup



1. Maîtriser le marché



Grâce au Lean Canvas

Connaître son environnement

Se poser les bonnes questions !

Et sortez de chez vous, discutez, interviewez !

Un outil systémique : **le Lean Canvas**

Définir le problème, identifier la cible, résoudre le problème, et définir les métriques !

My First Product - My First Canvas

<p>PROBLEM</p> <ul style="list-style-type: none"> # Trop d'emails en entreprise, les informations se perdent # Les solutions de chat existantes ont le même soucis : trop de messages # Pouvoir automatiser de possibles résumés <p>EXISTING ALTERNATIVES</p> <ul style="list-style-type: none"> # Slack # Microsoft teams 	<p>SOLUTION</p> <ul style="list-style-type: none"> # Une solution de chat simple # Pouvoir sauvegarder les idées importantes manuellement # Pouvoir faire un résumé via une IA des messages importants <p>KEY METRICS</p> <ul style="list-style-type: none"> # 1000 premium users après un an 	<p>UNIQUE VALUE PROPOSITION</p> <p>Un chat en freemium permettant de pouvoir se souvenir des choses importantes d'une discussion, afin de capturer l'essentiel par des "captures" manuelles et par une IA effectuant un résumé automatique</p> <p>HIGH-LEVEL CONCEPT</p> <p>EnjoyUp = Slack + IA</p>	<p>UNFAIR ADVANTAGE</p> <ul style="list-style-type: none"> # Une IA personnalisée pour résumer les messages <p>CHANNELS</p> <ul style="list-style-type: none"> # SEO # AdWords / FB # Previous customers 	<p>CUSTOMER SEGMENTS</p> <ul style="list-style-type: none"> # Entreprises Agiles utilisant Slack ou équivalent # Entreprises ayant des boites d'e-mails bouchées # Particuliers utilisant souvent FB Messenger / What's app <p>EARLY ADOPTERS</p> <ul style="list-style-type: none"> # Start-ups agiles # Particuliers tranche 18 - 25 ans
<p>COST STRUCTURE</p> <p>Equipe de 6 dévs (2 confirmés, 4 juniors) + 2 commerciaux / SEO : 500k / Année</p> <p>Coût réduit par le premier produit (Enjoy Your Business)</p> <p>Levée de fond d'1M d'euros</p>			<p>REVENUE STREAMS</p> <p>Abonnements premium et premium ++ (5 euros environ le premium, 10 euros le premium ++)</p>	



La vision donne le cap **Les clients, le chemin !**

*Néanmoins, attention à ne pas vous enfermer avec
des clients : **votre stratégie pourra changer !***

2. Créer votre MVP



MVP = Minimum Viable Product

Développer un produit simple pour tester la demande

Cycle d'apprentissage

Vous connaissez **le marché et les attentes**.
Vous devez donc **le tester au plus vite !**

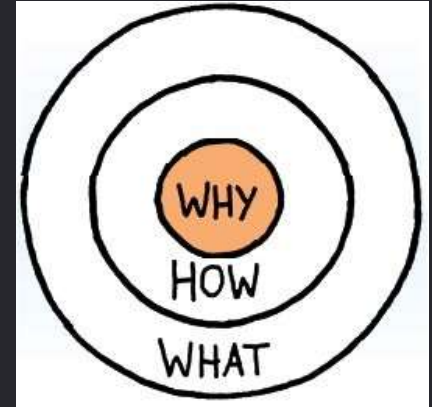


Que donner au public ? Etapes simples d'un pitch

“Why” : Pourquoi votre produit aide ? (Environ 70 à 80% des startups ne répondent pas à cette 1ère question...)

“What” : A quoi va répondre votre produit ?

“How” : Les fonctionnalités pour répondre.





Comment présenter un MVP ?

Orson.io ou Jimdo : Créer votre page web + SEO.

Pitchy : faire une vidéo explicative.

Canva : créer des graphiques aisément.

Important : présenter des maquettes d'un produit qui existe, ou quasi-abouti !

Tips : Faites du A/B Testing.

3. Mesurer la demande



Un produit “Market Fit”

Avoir un produit Market Fit

- Qui sont nos utilisateurs ?
- Qu'est-ce qui a retenu leur attention ?
- Quelles fonctions sont utiles, ou pas ?
- Pourquoi notre produit plutôt qu'un concurrent ?

Les 4 questions de Mark Cook (Kodak Gallery)

Comment les contacter ?

- Obtenir leurs coordonnées. “Pré-vente”, “Essai gratuit”, “Livre Blanc” ...
- Comprendre leur intérêt, en expliquant que c’est un prototype.
- Cold Emailing, ou Cold Calling 2.0 : hunter.io

Comment les contacter ?

- Chat sur site web (**Zendesk** Chat)
- Pub Facebook, en testant plusieurs accroches
- Boutons de partage
- Des boutons “Call to Action”
- Formulaire simple pour obtenir un Livre Blanc

4. Pivoter son MVP

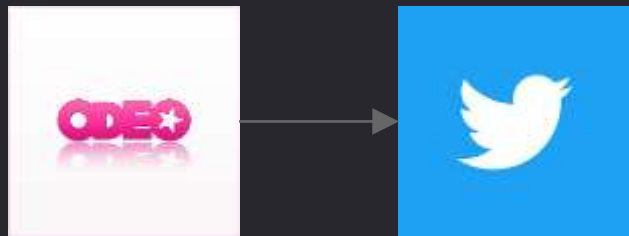


Ajuster son produit en fonction des clients

Avancer par itération

- **Ajuster** son MVP (exemple : se focaliser sur la fonctionnalité principalement utilisée)
- **Tester** à nouveau (nouvelle version du produit)
- **Recueillir** de nouveaux avis

Exemples de pivots



criteo.



Types de pivots

- **Restrictif** : une fonctionnalité = 1 produit
- **Extensif** : 1 produit devient une fonctionnalité
- **Changement de segments clients**
- **Changement de besoins clients**
- **Changement de plateforme**
- **Changement de technologie**
- **Changement de canal** (web, magasin, mobile ?)
- **Changement de business model**
- etc...

5. Vendre le produit



Déployer sur le marché son produit

VISIBILITE



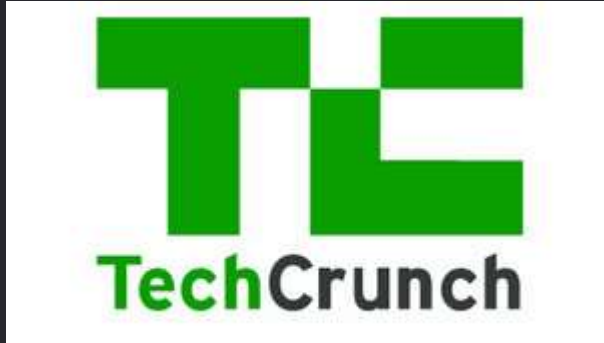
NOTORIETE



Best practices : les influenceurs

1. Les identifier : blogueurs, journalistes, conférenciers...
2. Interagir avec eux : partages sur réseaux sociaux, commentaires, rencontre physique.
3. Les solliciter : obtenir leurs coordonnées, avoir leur avis sur votre produit, en faire de la publicité.

Notoriété : Sites internationaux



TED
Talks

Notoriété : Sites français



Visibilité via google

Travaillez votre référencement !



Et soignez vos premiers clients, qu'ils soient **fan** !

6. Lancer sa startup



Avoir une croissance rentable, organique ou exponentielle

Juridique

Jurismatic : la doc légale



AppStatus : faire le point sur la bonne structure

<http://www.lamaisondelentrepreneur.com/77/appstatut-statut-juridique>

Legal Start : aide dans vos démarches

Locaux et équipes

Locaux : espace de co-working (La Cordée, Mutinerie)
Ou BAP (Bureaux A Partager)



Trouver un équipier ? 404 Works, Human Coders, 3W
Arena...

Accompagnement et argent

Accompagnement : réseau entreprendre

Camping for Numa :



Argent : Crowdfunding



7. Growth Hacking



Comprendre le Growth Hacking

Un mix de tout !

- Psychologie du consommateur
- Copywriting en imitant les bonnes idées
- Web Marketing pour comprendre les tech web
- Analytics pour analyser vos données
- Optionnel : Dév Full Stack

Et surtout, l'état d'esprit ! EXPERIMENTER !

Apprendre

Regardez les vidéos de **The Family**
Allez voir **deux.io**

Faites vous une culture du Growth Hacking !

Tester

Mettre en application ce que l'on a appris

Ex : Base de 200 mails sur une newsletter

→ Faites 3 Landing Pages différentes. Commencez avec environ 20 mails par landing page.

Mesurer

Chaque action doit être mesurée !

Ex : taux de conversion, meilleur taux d'entrée sur le site en fonction du mail, etc...

Ayez un objectif : par exemple, **15% d'ouverture de mail** pour votre newsletter

Timing

Choisissez le meilleur moment pour envoyer vos mails.

Qui sont vos utilisateurs ? Ex : mères de famille ?

Peut-être 21h quand les enfants sont couchés !

Testez plusieurs horaires et mesurez !

Automatiser

Ne **JAMAIS** automatiser trop tôt.
Envoyez toujours d'abord des mails personnalisés en fonction de vos utilisateurs.

Ensuite, vous pourrez automatiser.



Exemple : Spotify

- Plateforme de Streaming Musicale.
- En recherche de visibilité = s'est greffée à Facebook... à son insu !
- Partage en direct des musiques sur le fil fb.



Exemple : Bricool

Conciergerie de Bricolage.

bricool.

Idée folle : créer son propre concurrent pour avoir pleins de stats !

Monbeaubricoleur est né !
Avec un faux profil facebook



Des outils utiles

Hunter.io : trouvez des e-mails facilement



Zapier : automatiser énormément de choses



Mail track : statistiques sur les e-mails



Bitly : Réduction d'url + stats



Pour résumer, le GH, c'est...

Être passionné !

Se remettre toujours en question !

**Copiez les bonnes idées, et modifiez les pour
trouver votre propre niche !**