



# Entrepreneuriat

De la Conceptualisation au  
Prototype

Mohammed TADLAOUI





# Business concept

- QUE fait le produit ou le service ?
- EN QUOI est-il différent des autres produits ou services ?
- QUI va l'acheter ?
- POURQUOI l'achèteront-ils ?
  - Prix ? Mieux que ce qui est actuellement disponible ? Expérience agréable ? Utilise les nouvelles technologies ?...
- OÙ sera-t-il vendu ?
  - Localisation géographique de l'entreprise et des clients.
- QUAND sera-t-il prêt à être vendu ?
- COMMENT sera-t-il promu et vendu ?



# Business concept

- Définir les fonctions importantes et distinctes du produit/service.
- Quels sont les aspects uniques ou exclusifs du produit/service ?
- Existe-t-il des brevets, des formules, des noms de marque, des droits d'auteur, des marques déposées, etc. ?
- Décrivez toute technologie innovante impliquée dans le produit/service.
- Qui est le client ou le groupe de clients visé ? Qui paiera les produits ou prestations de service?
- Qui utilisera les produits ou services ?
- Quels avantages le client bénéficiera-t-il ? Quels problèmes résout le produit pour le client ?
- Comment le produit/service sera-t-il vendu au client ? Magasins de détail, ventes directes, représentants de fabricants, télémarketing, distributeurs, franchise, Internet, ou une alliance stratégique.
- Qui fabriquera le produit ou concevra le service ? Sous-traitant, en interne, ...
- Comment le client saura-t-il que le produit existe ?



# SWOT Analysis

- Évaluer les facteurs internes et externes qui impacte...
- Evaluer le marché, le produit, l'entreprise, les concurrents, ...
- Strengths (Forces) : caractéristiques internes qui donnent un avantage sur les autres
- Weaknesses (Faiblesses) : caractéristiques internes qui désavantagent par rapport aux autres
- Opportunities (Opportunités) : éléments de l'environnement qu'il est possible d'exploiter à son avantage
- Threats (Menaces) : éléments de l'environnement qui pourraient causer des problèmes



# SWOT - Exemple

- **Forces (Strengths)**
  - **Fonctionnalités clés** : les caractéristiques uniques et performantes du produit qui le distinguent de la concurrence.
  - **Expérience utilisateur** : Si le produit offre une interface utilisateur conviviale et une expérience agréable.
  - **Expertise technique** : l'expertise de l'équipe de développement et sa capacité à innover.
  - ...
- **Faiblesses (Weaknesses)**
  - **Bugs et problèmes techniques** : les problèmes ou les bugs du produit qui doivent être résolus.
  - **Manque de fonctionnalités** : lacunes ou fonctionnalités manquantes par rapport aux besoins des utilisateurs.
  - **Performances** : Si le produit est lent ou gourmand en ressources.
  - ...



# SWOT - Exemple

- **Opportunités (Opportunities)**
  - **Marché en croissance** : Si le produit cible un marché en expansion, cela représente une opportunité de croissance.
  - **Partenariats stratégiques** : partenariats ou intégrations potentielles qui pourraient élargir la portée du produit.
  - ...
- **Menaces (Threats)**
  - **Concurrence** : concurrents directs et indirects et avec leurs forces.
  - **Évolutions technologiques** : nouvelles technologies ou tendances du marché qui pourraient rendre le produit obsolète.
  - **Réglementation** : réglementations ou lois nouvelles ou modifiées affectent le domaine du produit.
  - ...



# Prototype

- L'idée est transformée en une version concrète du produit ou du service.
- Une version simplifiée du produit final, pour tester les fonctionnalités de base.
- Valider les concepts clés du produit, recueillir des commentaires et apporter des améliorations.
- Visualiser comment le produit fonctionne et comment les gens l'utilisent.
- Réduire les risques en identifiant les problèmes potentiels tôt dans le process de développement.
- Faciliter la communication avec les investisseurs, les partenaires et les clients potentiels en montrant concrètement l'idée.
- Itérer sur les prototypes, en apportant des améliorations successives jusqu'à ce que le produit soit prêt pour la mise sur le marché.

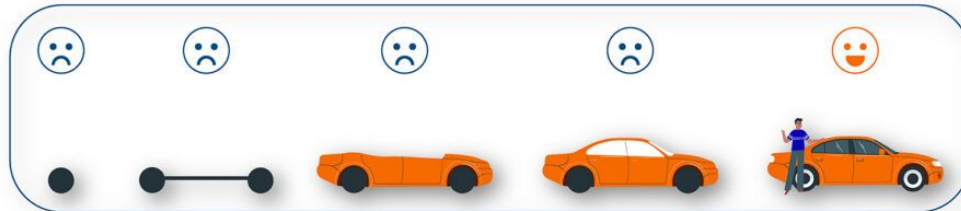
# MVP (Minimum Viable Product)

MVP - Minimum Viable Product (le produit minimum viable)

MVP



Non MVP







# MVP (Minimum Viable Product)

- Démontrer que l'idée fonctionne
- Créer la version la plus petite, la plus rapide et la plus fonctionnelle de l'idée
- Passer à l'échelle supérieure
- Développer des produits de manière progressive
- Produit doit être opérationnel et fonctionnel (avoir aucun bug)
- Réduire les risques et d'éviter les dépenses superflues
- Version minimale du produit que les client accepteront d'acheter
- Obtenir les réactions clients avec une version simple et fonctionnelle du produit
- Repose sur le cycle « Build-Measure-Learn »