

# MÉTHODOLOGIE

# NOTE D'INTENTION

# DC START

# **NOTE D'INTENTION DU PROJET DC START**

## **MÉTHODOLOGIE**

### **NOTE D'INTENTION DU PROJET DC START**

**I – INTRODUCTION**

**II TROUVER LA PROBLÉMATIQUE ET L'IDÉE**

**A – EMPATHIE**

**B – DÉFINITION DE LA PROBLÉMATIQUE**

**C – IDÉATION**

**III QU'EST-CE-QUE L'EXECUTIVE SUMMARY ?**

**IV LA NOTE D'INTENTION**

**V PLAN POSSIBLE**

# NOTE D'INTENTION DU PROJET DC START

## I - INTRODUCTION

La note d'intention du projet DC Start doit contenir un premier jet de ce qui deviendra l'**executive summary** et dont un des buts est de séduire des investisseurs (nous verrons plus loin de quoi il s'agit)

L'ensemble du projet DC Start est fondé sur une méthodologie itérative à l'instar des étapes du **design thinking** (empathie, définition, idéation, prototypage, test).

Ce sont les trois premières étapes qui nous intéressent ici.

***Vous commencez par choisir le domaine qui vous intéresse.***

# TROUVER LA PROBLÉMATIQUE ET L'IDÉE

## II TROUVER LA PROBLÉMATIQUE ET L'IDÉE

### A – EMPATHIE

Regarder quels sont les problèmes qui se posent et les besoins non satisfaits dans le domaine choisi, en prenant en compte la notion d'humain au moins autant que les questions techniques.

**Le rapport d'étonnement peut vous y aider.**

*But: bien définir le problème à résoudre (le besoin de l'utilisateur) sera déterminant tout au long de l'élaboration du projet DC Start qui devra, à chacune de ses étapes, y répondre en détail*

# TROUVER LA PROBLÉMATIQUE ET L'IDÉE

**Se mettre à la place de l'utilisateur** (qui utilisera votre solution innovante)

Récolter des informations sur :

- son mode de vie
- ses besoins
- ses pensées
- ses sentiments
- son avis

# TROUVER LA PROBLÉMATIQUE ET L'IDÉE

Pour mener cette enquête :

1- on peut réaliser un **questionnaire en ligne** en allant de questions larges vers des questions poussées et détaillées (méthode en « entonnoir »)

2- on peut réaliser des **interviews** classiques en réel, en visioconférence ou au téléphone : entretiens avec des utilisateurs et/ou des responsables, spécialistes ou entrepreneurs.

***RISQUE: que ce que l'utilisateur pense ou ressente soit différent de ce qu'il exprime***

# TROUVER LA PROBLÉMATIQUE ET L'IDÉE

## **Pour une interview :**

Poser des questions précises (« Parlez-moi de la dernière fois où... », « quand vous avez besoin de... que faites-vous ? » etc.). Encourager l'utilisateur à donner des exemples et à raconter des histoires et ne vous focalisez pas uniquement sur les faits.

Faites attention à la communication non-verbale qui révèle souvent les sentiments et les émotions de l'utilisateur.

Rester le plus neutre possible et ne donner pas de pistes de réponses lors de la formulation de vos questions.

Choisir des personnes qui représente l'ensemble de vos utilisateurs et inclure des utilisateurs extrêmes (*pour voir de nouvelles facettes du problème ou du besoin, car les utilisateurs ordinaires sont confrontés aux mêmes problèmes mais à moindre échelle*)

ENREGISTREZ les interviews, au moins à l'audio.

# TROUVER LA PROBLÉMATIQUE ET L'IDÉE

3-

On peut **s'immerger** dans l'environnement qui nous intéresse(entreprise, milieu social ou culturel etc.) par les réseaux sociaux, blogs, médias...

**L'idéal est une immersion réelle** (*mais c'est plus difficile en temps de confinement et de pandémie Covid 19*) .

## **Différents types d'observations possibles:**

Observer un/ ou un groupe d'utilisateurs dans leur environnement habituel et à leur insu.  
Passer une période spécifique avec un utilisateur. Cette période peut varier de quelques heures à quelques jours selon la complexité du problème.

Inviter un groupe d'utilisateurs à un workshop de Design Thinking et observer leur interaction.

Vous pouvez également photographier ou prendre des vidéos des utilisateurs pour pouvoir les analyser par la suite (*attention :besoin du consentement des utilisateurs pour prendre des photos ou des vidéos* ).



# TROUVER LA PROBLÉMATIQUE ET L'IDÉE

4-

Créer des 'personas' (un par type d'utilisateurs):

fiches d'utilisateurs types avec identités, personnalité, motivations, buts, attentes, blocages

# TROUVER LA PROBLÉMATIQUE ET L'IDÉE

**S'il y a manque d'empathie il y a risque d'échec :**

*Exemple d'échec d'un produit :*

*Les lunettes intelligentes de Google*

*Il s'agissait de lunettes capables de toutes les fonctionnalités d'un smartphone. Ce produit a été lancé par Google il y a quelques années. Plusieurs raisons ont été derrière cet échec, notamment l'absence de valeur ajoutée (les lunettes font exactement ce qu'un smartphone peut faire), de multiples problématiques de confidentialité et de respect de vie privée mais aussi **la gêne des gens qui sont autour de l'utilisateur.***

*En effet les gens autour de vous ne comprennent pas pourquoi vous portez cet objet bizarre, que certains considèrent moche, sur la tête alors que vous pouvez simplement utiliser votre téléphone.*

***Ceci entraîne une gêne de l'entourage de l'utilisateur qui va finir par atteindre l'utilisateur lui-même et l'impacter.***



# TROUVER LA PROBLÉMATIQUE ET L'IDÉE

**Pour cette phase d'empathie :**

- *Soyez dans l'ouverture d'esprit et détachez vous de tout préjugé.*
- Adoptez un état d'esprit de débutant. Lors de l'enquête ne supposez jamais connaître les réponses avant de poser les questions.
- Soyez vigilants aux non-dits. Le langage du corps, les expressions du visage et les gestes spontanés sont souvent révélateurs.

# TROUVER LA PROBLÉMATIQUE ET L'IDÉE

**A la fin des phases d'observations et d'entretiens, vous devez synthétiser vos constatations et découvertes.**

# DÉFINITION DE LA PROBLÉMATIQUE

## **B – DÉFINITION DE LA PROBLÉMATIQUE**

**A partir de ce que l'on a acquis dans la phase d'empathie,  
définir le vrai problème que l'on veut résoudre**

# DÉFINITION DE LA PROBLÉMATIQUE

## 1- Définir les éléments de l'énoncé du problème

- l'utilisateur
- le besoin
- la découverte

en complétant la phrase

**[UTILISATEUR] a besoin de [BESOIN] car [DECOUVERTE].**

*Exemple :*

*Malika, mère d'une fille de 6 ans et d'un garçon de 3 ans, a besoin de se sentir en sécurité en faisant des courses pour sa famille car la fréquentation des supermarchés augmente les risques de contamination par la Covid 19 qui s'est propagé dans la région.*

# DÉFINITION DE LA PROBLÉMATIQUE

## 2- Recadrer le problème

On peut définir le problème de manière juste en posant par exemple la question du **POURQUOI** et en l'itérant jusqu'à cinq reprises.

*Exemple :*

- 1 Un besoin de créer une nouvelle application mobile se fait sentir. Pourquoi ?*
- 2 Parce que celle qui existe n'est pas satisfaisante. Pourquoi ?*
- 3 Car l'application est obsolète. Pourquoi ?*
- 4 Elle manque de telle et telle fonctionnalités et n'est pas responsive. Pourquoi ?*
- 5 Elle a été conçue il y a plusieurs années et ce qui se faisait auparavant par des méthodes traditionnelles se fait maintenant en ligne sur son smartphone.*

# DÉFINITION DE LA PROBLÉMATIQUE

On peut aussi formuler plusieurs questions « **Comment pourrions-nous ?** » afin d'analyser le problème sous différents angles.

*Pour l'exemple de Malika cela peut donner:*

*Comment pourrions-nous éliminer le risque de contamination dans les supermarchés ?*

*Comment pourrions-nous garder les acheteurs séparés les uns des autres dans les supermarchés ?*

*Comment pourrions-nous augmenter la sensation de sécurité des acheteurs dans les supermarchés ?*

*Comment pourrions-nous concevoir un approvisionnement sécurisé contre la contamination par la Covid-19 ?.*



# DÉFINITION DE LA PROBLÉMATIQUE

Pour améliorer votre réflexion : amplifier ce qui est bien, éliminer ce qui dérange, explorer la situation inverse, se focaliser sur les émotions, pousser la situation à l'extrême.

**A l'issue de cette phase on a formulé le problème à résoudre.**

# IDÉATION

## C – IDÉATION (*voir cours Mehdi Rabah*)

### **Trouver une solution innovante au problème.**

Après avoir effectué les phases empathie et définition du problème, on a une petite idée sur ce que peut être la solution :

ATTENTION la phase de l'idéation existe pour nous empêcher de nous emballer trop rapidement avec la première idée qui nous traverse l'esprit

Pour cette phase on peut se mettre à plusieurs où chacun s'exprime (même les timides) sans qu'aucun jugement de valeur ne soit émis.

*Le terme **idéation** remplace et élargit peu à peu l'ancien terme brainstorming.*

# IDÉATION

**La résolution de problèmes est l'objectif fondamental de l'idéation.**

**But :**

Générer des idées grâce à un processus créatif de production, développement et communication

**Méthode :**

Grâce à des exercices ou méthodes qui boostent la créativité, stimulent l'imagination et l'invention collective.

Ce travail peut être

- oral
- et/ou écrit pour ne pas bloquer les personnes les moins à l'aise à l'oral et en public,

*Les différentes méthodes d'idéation favorisent le travail collaboratif dans une ambiance conviviale et pédagogique.*

# IDÉATION

Générer et explorer des idées **en évitant les jugements** et en se plaçant depuis la perspective de l'utilisateur.

Techniques :

- brainstorming / brainwriting
- réunir des idées correspondant à des intérêts et besoins différents dans le but de former un nouveau concept.
- mind map
- chaque membre du groupe complète/améliore l'idée ou l'image du précédent
- émettre des souhaits,
- changer d'angle (neutralité, émotions, créativité, pessimisme, optimisme, organisation...)
- storyboarding, post-it
- etc.

voir

<https://www.klap.io/ideation-9-exercices-indispensables/>

# IDÉATION

**Puis regrouper les idées connectées entre elles et choisir par discussions, consensus ou vote.**

Pour aller plus loin : :

<https://frenchfutureacademy.com/outils-design-thinking-ideation/>

<https://www.differentfactory.com/design-thinking-nos-5-methodes-de-creativite/>

<https://blog.ferpection.com/fr/6-exercices-d-ideation-pour-vos-focus-group>

<https://www.usabilis.com/ideation/>

# EXECUTIVE SUMMARY

## III QU'EST-CE-QUE L'EXECUTIVE SUMMARY ?

**Le but est de susciter l'intérêt du lecteur/investisseur pour le projet entrepreneurial** dans un document relativement court.

Au départ c'est un résumé du business plan.

Ce n'est que si cet executive summary / note d'intention l'a séduit, que l'investisseur lira le business plan dans son intégralité.

L'executive summary doit être percutant, pédagogique, didactique.

**Le début (introduction) est déterminant.** L'investisseur doit tout de suite comprendre quel genre de produit ou service est proposé sinon il 'décroche'.

# EXECUTIVE SUMMARY

**Ce document met en évidence les points différentiants de votre projet ou du business plan.**

**C'est un teaser qui vend non seulement votre produit mais votre projet entrepreneurial et votre équipe.**

Utiliser le **storytelling**, raconter une histoire avec un début qui accroche:

Le problème concret d'un utilisateur et comment le produit proposé répond à ses besoins.

Quelle est la vocation de l'entreprise ?

Quelle est son ambition (quels marchés veut-elle conquérir) ?

Et comment va-t-elle atteindre ses objectifs (stratégie commerciale et marketing) ?

N'hésitez pas à illustrer et à travailler l'aspect **visuel** pour le rendre attrayant et captivant

# EXECUTIVE SUMMARY

**Ce document met en évidence les points différentiants de votre projet ou du business plan.**

**C'est un teaser qui vend non seulement votre produit mais votre projet entrepreneurial et votre équipe.**

Utiliser le **storytelling**, raconter une histoire avec un début qui accroche:

Le problème concret d'un utilisateur et comment le produit proposé répond à ses besoins.

Quelle est la vocation de l'entreprise ?

Quelle est son ambition (quels marchés veut-elle conquérir) ?

Et comment va-t-elle atteindre ses objectifs (stratégie commerciale et marketing) ?

N'hésitez pas à illustrer et à travailler l'aspect **visuel** pour le rendre attrayant et captivant



# EXECUTIVE SUMMARY

**L'executive summary doit permettre au lecteur de comprendre :**

- Le problème auquel vous vous attaquez et son importance - *grâce à l'enquête que vous avez menée(empathie), à votre rapport d'étonnement et à la formulation du problème*
- Ce que vous faites concrètement, votre solution - *grâce à l'idéation*
- Vos atouts face à la concurrence - *grâce aux benchmarks concurrentiel et fonctionnel*
- Votre business model
- L'équipe en place et pourquoi c'est la bonne
- Les résultats escomptés à trois ans
- Ce que vous demandez, vos besoins de financement

# EXECUTIVE SUMMARY

**Dans votre note d'intention les résultats escomptés et les besoins de financement ne seront évoqués que très succinctement.** Ils seront précisés dans une phase ultérieure du projet DC Start.

Donc après avoir formulé le problème à résoudre et proposé votre idée innovante, n'oubliez pas d'examiner la concurrence (benchmarking) du point de vue des propositions de valeurs proposées et des fonctionnalités offertes.

# NOTE D INTENTION

## IV LA NOTE D INTENTION

La note d'intention contient un **premier jet** de l'executive summary bien que vous n'ayez pas encore un business plan élaboré.

Il faut soigner particulièrement les premières phrases pour séduire l'investisseur.

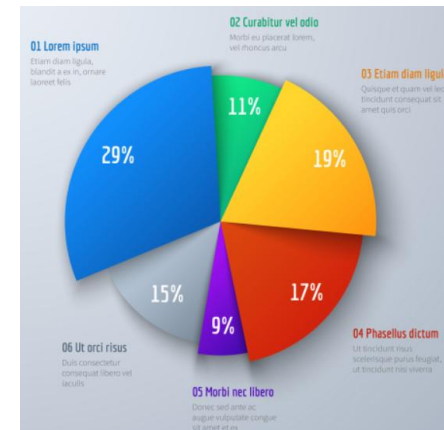
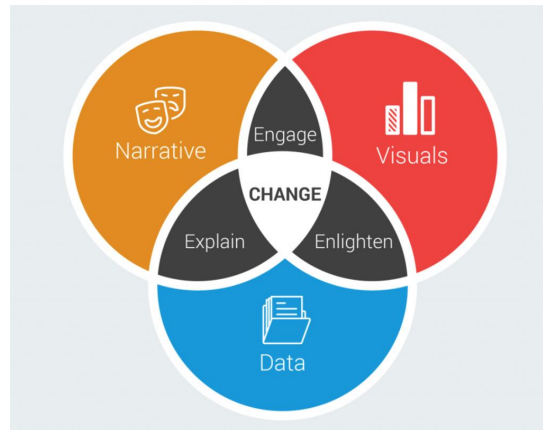
Mettre en avant votre envie et les points positifs et n'exposer les obstacles que succinctement.

**Tirez le meilleur profit du rapport d'étonnement.**

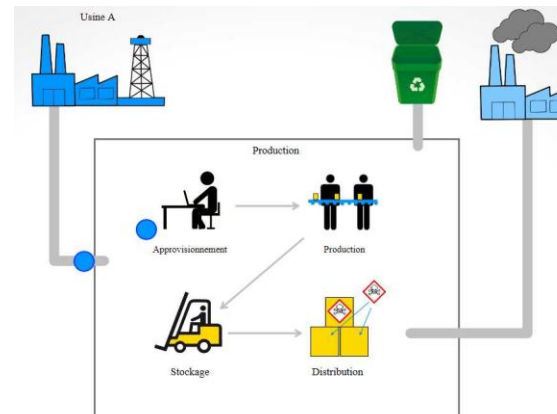
# NOTE D INTENTION

Pour chaque rubrique, vous pouvez illustrer vos propos avec

**dataviz**



**et schémas explicatifs**



# NOTE D INTENTION

La note d'intention comprend :

- 1 La présentation de l'étudiant (description en lien avec le projet envisagé)
- 2 Exposition du projet : D'où vient l'idée ? Pourquoi ce projet ? (faites le lien avec le rapport d'étonnement)
- 3 Retour sur les premiers échanges (enquête, questionnaire, interviews) : Quels sont les avis significatifs recueillis ? Quels sont les besoins exprimés par les cibles potentielles ? Quels sont les éventuels obstacles ?
- 4 Description du contexte (des différents aspects de la problématique) dans lequel le projet sera développé (type de service ou de production matérielle, aspects technologiques, mise en relations, jeux, humanitaire, associatif, secteur déjà bien installé ou innovation de rupture, environnement socio-économique, contexte culturel...)
- 5 Première approche des : marché, cibles, positionnement par rapport à l'existant et à la concurrence

# NOTE D INTENTION

La note d'intention comprend :

- 6 Première formulation d'une proposition de valeur :  
*ma société (nom) développe (une offre claire) pour aider (une cible identifiée) à résoudre (un problème) avec (un avantage unique)*
- 7 Première expression des ressources requises pour développer l'idée : Compétences, domaines d'expertises, ressources humaines, moyens techniques et technologiques, études, recherches....
- 8 Exposition des solutions digitales envisagées (application, objet connecté, plan interactif, site web, innovation produit, jeux vidéo...), sans qu'il soit nécessaire d'arrêter une décision
- 9 De la dataviz
- 10 Les premiers prototypes (croquis, photomontages, descriptions, schéma et autres facilitations graphiques)

# NOTE D INTENTION

**Soignez la présentation**

# EXEMPLE DE PLAN

**Si vous n'avez pas d'idée de mise en forme, voici un plan possible (*mais non obligatoire*) pour la note d'intention:**

## **Présentation de l'étudiant**

Background, profil et centres d'intérêts (*description en lien avec le projet envisagé*). Parlez de votre parcours scolaire, de vos expériences professionnelles et de vos qualités en tant que futur chef d'entreprise. Mettez-vous en valeur. N'oubliez pas qu'un investisseur n'investit pas que sur un projet mais également sur une personne (et une équipe). Parlez de tout ce que vous avez déjà réussi : entreprises, concours remportés etc.

Commencez par une phrase choc/percutante. Cela peut être votre slogan, une citation, un chiffre important, un fait d'actualité en lien avec votre secteur,...



# EXEMPLE DE PLAN

## Problème et solution

Storytelling exposant le problème/ la question qui se pose et la réponse qu'on y apporte (par exemple à travers un individu particulier ou un fait divers...)

Le lecteur doit comprendre clairement à quels besoins et manques vous voulez répondre.  
Les objectifs à plus long terme ? Y-a-t'il un but général qui passe par des objectifs(étapes) particuliers ? (Capter l'intérêt du lecteur en le faisant rêver et en l'emmenant éventuellement un instant loin du monde de l'entreprise)

Éventuellement une toute première formulation de la proposition de valeur :

*ma société (nom) développe (une offre claire) pour aider (une cible identifiée) à résoudre (un problème) avec (un avantage unique)*

# EXEMPLE DE PLAN

## **Description du contexte**

D'où vient l'idée ? Pourquoi ce projet ? Des motivations personnelles ? Liées à une expérience vécue ? Quelle a été l'utilité du rapport d'étonnement. Attention plus qu'un goût personnel, l'investisseur veut que ce soit une opportunité de marché.

A-t-on mené une enquête ? Retour sur les premiers échanges (enquête, questionnaire, interviews) : Quels sont les avis significatifs recueillis ? Quels sont les besoins exprimés par les cibles potentielles ?

Aborder les différents aspects de la problématique et le contexte dans lequel le projet sera développé, aspect sociétal, environnement socio-économique, contexte culturel, type de service ou de production proposé, s'agit-il de mise en relations ? de jeux ? dans un environnement humanitaire, associatif ou d'entreprise ? Petite équipe ? Grosse société ? Start-up ? Est-on dans un secteur déjà bien installé ou dans une innovation de rupture...

# EXEMPLE DE PLAN

## Marché

Le marché semble-t-il offrir des opportunités (que l'étude de marché ultérieure confirmera ou non)

Quels **cibles** pourrait-on viser ? Pourquoi elles ?

A qui va bénéficier le projet

Quels sont les éventuels obstacles et risques?

## Concurrence

Première approche du positionnement par rapport à l'existant et à la concurrence. Les points faibles des concurrents et les points forts de notre projet. Pourquoi un groupe de personne ne sont pas satisfaite de l'offre de la concurrence ? est-il possible de vendre moins cher ou bien de meilleure qualité que la concurrence ?

# EXEMPLE DE PLAN

## **Ressources et équipe**

Première expression des ressources requises pour développer l'idée : compétences, domaines d'expertises, ressources humaines, moyens techniques et technologiques, études, recherches....

## **Technologie**

Exposition des solutions digitales envisagées (application, objet connecté, plan interactif, site web, innovation produit, jeux vidéo... ; technologies de rupture : Big Data, Machine learning, blockchain, imprimante 3D, puces NFC, réalité virtuelle, réalité augmentée ...), sans qu'il soit nécessaire d'arrêter une décision

# EXEMPLE DE PLAN

## **Prototypes**

Les premiers prototypes (croquis, photomontages, descriptions, schéma et autres facilitations graphiques)

## **Financement**

Si possible (mais pas obligatoire) quelques éléments succincts sur les résultats escomptés à trois ans, sur vos besoins de financement et à quoi ils serviront.

# EXEMPLE DE PLAN

## CONCLUSION

Finir sur une note **positive**, sur ce que vous pourrez faire si vous obtenez des financements et qu'il y aura un vrai retour sur investissement.

*N'oubliez pas : pour chaque rubrique, vous pouvez illustrer vos propos avec **dataviz et schémas** explicatifs*

Trouvez une forme originale, exemple (un peu extrême):

<https://fr.slideshare.net/kennyseto/massive-damage-executive-summary>

# EXEMPLE DE PLAN

Durant la partie atelier vous pouvez rédiger les questions du questionnaire que vous réaliserez en ligne

... et réfléchir à définir la problématique en appliquant ce qui a été dit dans le cours

# LIVRABLES

Livrable écrit : PDF de 5 pages environ, d'aspect graphique agréable, aéré, facile à lire, sans faute d'orthographe. Le plan doit être clair et bien structuré, révélant une personne organisée et méthodique à qui l'on peut confier son argent sans craintes.

Rendu écrit le 26 juin 2021

suivi d'une

Présentation orale : le support de cette présentation (les slides) seront livrées le 11 juillet 2021 et la soutenance orale du sprint 1 (rapport d'étonnement + note d'intention) aura lieu dans la semaine qui suit.



# LIVRABLES

Le fichier est à nommer impérativement de la façon suivante:

NOM\_Prénom\_M2\_section\_Note-d'intention\_DC Start

Exemple:

DUPONT\_Kevin\_M1\_DA-B\_Note-d'intention\_DC Start.pdf