

# Problèmes des Startups et Définition de la Proposition de Valeur

---

## Table des matières

<b>Introduction</b>	<b>2</b>
<b>1 Les 6 erreurs à éviter</b>	<b>2</b>
1.1 I. Problème mal défini ou inexistant . . . . .	2
1.2 II. Biais cognitifs du fondateur . . . . .	2
1.3 III. Problème mal positionné dans le cycle utilisateur . . . . .	3
1.4 IV. Problème mal segmenté . . . . .	3
1.5 V. Problème structurellement complexe (“Tarpit Ideas”) . . . . .	4
1.6 VI. Validation insuffisante ou biaisée . . . . .	4
<b>2 Exemple de bonne définition de problème</b>	<b>5</b>
<b>3 Différence entre Solution et Produit</b>	<b>5</b>
<b>4 Proposition de valeur</b>	<b>5</b>
<b>5 Validation de marché</b>	<b>6</b>
<b>6 TAM, SAM, SOM</b>	<b>6</b>
<b>7 Analyse de la concurrence</b>	<b>6</b>
<b>8 Vision et orientation stratégique</b>	<b>6</b>

# Introduction

**Q** : Problème de 90% des startups

**R** : Le problème, c'est le problème que la solution résout.

## 1 Les 6 erreurs à éviter

### 1.1 I. Problème mal défini ou inexistant

*“Solution in Search of a Problem” (SISP)* L'équipe part d'une idée, d'une technologie ou d'une fonctionnalité innovante sans avoir identifié un besoin réel.

#### Exemple

Application de réalité augmentée pour cartes de visite sans demande manifeste.

#### Problème non prioritaire ou insuffisamment douloureux

Problématique réelle mais non urgente ou peu importante pour les utilisateurs.

#### Exemple

Affirmer en 2000 que les motocyclistes béninois se sentent en danger sans casques.

#### Problème trop général ou mal formulé

La définition est floue, trop large ou non actionnable.

#### Exemple

“Les gens veulent mieux gérer leur temps.”

**Pour une plateforme EdTech :** Préciser le problème réel :

- Manque de matériel dans les zones rurales ?
- Accès limité aux ressources de préparation aux examens ?

### 1.2 II. Biais cognitifs du fondateur

#### Biais de projection personnelle

Le fondateur généralise son propre cas.

#### Exemple

Développer une application d'organisation détaillée car on en ressent soi-même le besoin.

### Biais de confirmation

Les retours positifs d'un cercle proche sont interprétés comme validation du marché.

#### Exemple

“Mes amis trouvent l'idée géniale.”

### Biais d'optimisme

Sous-estimation de la difficulté d'adoption.

#### Exemple

Google a arrêté depuis 2006 plus de 160 produits comme Google+, Apple Maps a été un échec initial.

## 1.3 III. Problème mal positionné dans le cycle utilisateur

### Problème trop en amont

Le besoin existe mais n'est pas encore perçu.

#### Exemple

Assurances habitation au Bénin vs France.

### Problème secondaire ou dérivé

Cibler un symptôme plutôt que la cause racine.

#### Exemple

Proposer des outils de motivation sans résoudre le manque d'accès aux contenus pédagogiques.

## 1.4 IV. Problème mal segmenté

### Ciblage trop large

S'adresser à tout le monde rend la proposition floue.

#### Exemple

“Tout le monde veut manger plus sainement.”

### Problème réel mais cible non solvable

Public mal équipé, peu digitalisé ou sans moyens.

#### Exemple

Proposer un outil SaaS à des agriculteurs sans connectivité fiable.

## 1.5 V. Problème structurellement complexe (“Tarpit Ideas”)

### Complexité opérationnelle

Obstacles logistiques, réglementaires ou financiers majeurs.

#### Exemple

Développer une école low-cost avec enseignement d’excellente qualité.

### Secteur lent à évoluer

#### Exemple

Solutions pour l’éducation publique ou secteur hospitalier.

## 1.6 VI. Validation insuffisante ou biaisée

- Absence de validation terrain
- Validation qualitative surinterprétée
- Confusion entre intention et action

## 2 Exemple de bonne définition de problème

### Comment bien définir un problème

- Personnes ou entités concernées clairement identifiées
- Pain point clair
- Contexte géographique et temporel défini
- Conséquences néfastes et importantes
- Aucune solution satisfaisante existante
- Explication claire du pourquoi

### Exemple illustratif :

2 millions de personnes n'ont pas accès à l'eau potable en zones rurales au Bénin, réduisant de 10 ans leur espérance de vie. Elles doivent se contenter de forages de fortune car l'État ne peut financer l'extension du réseau dans ces zones à faible densité.

## 3 Différence entre Solution et Produit

**La solution n'est pas le produit.** C'est la manière dont vous résolvez le problème. Une solution peut se décliner en plusieurs produits.

### Exemples

#### Netflix

- **Problème** : Les clients payaient pour chaque film.
- **Solution** : Catalogue illimité à prix fixe.
- **Produit** : Plateforme de streaming.

#### Airbnb

- **Problème** : Les hôtels coûtent cher et manquent d'authenticité.
- **Solution** : Logement chez l'habitant sécurisé et abordable.
- **Produit** : Plateforme de réservation entre particuliers.

## 4 Proposition de valeur

C'est la promesse faite au client, ce qu'il gagne à utiliser votre service.

### Exemples :

- **Netflix** : Accès illimité, instantané et personnalisé à un large catalogue, à un tarif abordable et sans publicité.
- **Airbnb** : Se sentir comme chez soi partout dans le monde.

## 5 Validation de marché

Cinq moyens de valider un marché :

1. Identifier des concurrents directs (ex : WAVE, Orange Money)
2. Trouver des *proxies* (ex : Netflix, Spotify)
3. Identifier un acteur ayant réussi à l'étranger (ex : Yango, Gozem)
4. Préempter un marché existant (ex : Wetaxi, Yango)
5. Enregistrer un intérêt fort (ex : Dropbox : 75 000 inscrits en 24h)

## 6 TAM, SAM, SOM

**TAM (Total Addressable Market)** : Marché total adressable. **SAM (Serviceable Available Market)** : Marché atteignable aujourd'hui. **SOM (Serviceable Obtainable Market)** : Marché réellement transformable.

## 7 Analyse de la concurrence

- Identifier des concurrents avec les mêmes besoins, profils clients et géographies.
- Lister et segmenter les concurrents.
- Identifier leurs points forts et vos avantages comparatifs.
- Déterminer votre "*secret sauce*".

## 8 Vision et orientation stratégique

**Exemple : Amazon Vision** : « Être l'entreprise la plus centrée sur le client au monde. »

**Résultats :**

- De la vente de livres à l'e-commerce global
- Création d'AWS
- Diversification dans le streaming et la logistique

## Comment définir sa vision ?

- **Clarté** : Phrase courte et compréhensible.
- **Inspiration** : Motive et attire les talents.
- **Durabilité** : Survit aux pivots.
- **Impact** : Exprime la valeur créée.

*N'hésite pas à poser des questions si certains points te paraissent flous.*