

Comment trouver une (bonne) idée de startup

Vous êtes entrepreneur ? Maddyness vous a concocté un véritable kit des différentes étapes à suivre pour créer, faire grandir et même vendre votre startup. Du recrutement à la protection de votre marque en passant par le financement de votre innovation, vous retrouverez astuces et bonnes pratiques pour vous sortir de ce labyrinthe qu'est l'entrepreneuriat. Dans cette fiche : quelques conseils pour trouver et structurer votre idée de startup.

Temps de lecture : minute

13 mars 2022

Republication et mise à jour d'un article publié le 4 août 2021

Too Long Didn't Read : ce qu'il faut retenir

- Listez vos compétences
- Observez ce qui vous agace dans votre quotidien
- Formulez votre idée en soulignant sa proposition de valeur
- Posez à plat toutes les questions qu'un client potentiel pourrait se poser
- Réglez un problème précis avant de voir plus grand
- Réfléchissez (déjà) à votre modèle économique
- Identifiez les points faibles de votre projet

Mettez en valeur vos atouts (et pas forcément ceux auxquels vous pensez)

On ne naît pas entrepreneur, on le devient. En revanche, vous avez probablement un domaine de prédilection, soit parce que vous y avez été formé (au cours de vos études, de vos premières expériences professionnelles ou grâce à des *sides projects*...) soit parce que vous avez une passion qui est devenue une véritable expertise. Listez vos compétences, qu'elles soient techniques, juridiques ou managériales, par exemple. Ce sont des savoir-faire que vous pourrez exploiter pour détecter un problème à résoudre dans le secteur que vous connaissez le

mieux.

Ensuite, écoutez vos proches. Votre mère vous trouvera évidemment toutes les qualités du monde mais cette avalanche de compliments - pour peu qu'ils reposent sur un minimum d'objectivité - pourra vous être utile pour mieux cerner les domaines dans lesquels vous excellez et que vous n'avez peut-être pas identifiés.

Vous démissionnez d'un emploi ou souhaitez quitter un secteur ? Demandez-vous pourquoi. Est-ce lié à des problèmes conjoncturels (un manager avec lequel vous ne vous entendez plus, des missions peu intéressantes, des horaires trop contraignants...) ou structurels ? Dans le deuxième cas, vous n'êtes peut-être pas le seul à qui ces problèmes gâchent la vie et cela peut constituer une problématique à résoudre et, donc, le point de départ de votre futur projet entrepreneurial !

> Faites la liste de vos qualités, savoir-faire et domaines d'expertise



À lire aussi

Idée de startup : où faire sa veille ?

Soyez à l'affût

Avant d'être un entrepreneur, vous êtes un consommateur comme un autre. Il y a forcément des produits qui vous déçoivent et des services sur lesquels vous avez des commentaires à faire... ou des améliorations à apporter ? N'hésitez pas à tenir le carnet de bord de vos constats, l'idée du siècle se cache peut-être dans ces quelques lignes ! " *Comme toute entreprise, pour être rentable, une startup doit répondre à un besoin du marché. C'est sur ce besoin qu'il faut vous concentrer quand vous cherchez une idée de startup* ", rappelle la juriste Kézia Varde dans un article publié par Legalstart.

Et ne pensez pas que vous inventerez ce que personne n'a jamais fait : au contraire, ce qui existe déjà est votre meilleure chance de trouver mieux ! " *Adressez-vous à des utilisateurs et essayez de comprendre le problème qu'ils ont dans l'utilisation des solutions déjà existantes. Ces solutions existantes sont vos futurs concurrents et l'objectif est de trouver une idée qui soit meilleure que les leurs* ", conseille ainsi Paul Brihaye, dans un article publié par Schoolab.

Observez également ce qui se fait à l'étranger. Il ne s'agit pas de copier purement et simplement les nouveautés qui pourraient faire fureur chez nos voisins mais un peu d'inspiration ne peut jamais nuire.

> Notez ce qui vous agace dans votre quotidien ou ce que vous adoreriez utiliser



À lire aussi

46 idées d'entreprises à lancer en 2021

Formulez clairement votre idée

Ça y est, vous avez le début d'un embryon d'idée ? Soyons clairs : une bonne idée ne vaut rien si elle ne sert à personne. Commencez par décrire votre produit ou votre service... puis passez à la seconde étape. Formulez votre idée en soulignant sa proposition de valeur : par exemple, plutôt que de décrire votre (future) startup comme un service de box culinaire, essayez de définir en une phrase à quelle problématique elle répond : " MiamBox vous permet de préparer vos repas en 20 minutes ".

Non seulement cela vous aidera à mettre au clair le service que vous proposez mais cela vous permettra également, lorsque vous avancerez dans votre réflexion, de mieux cerner qui seront vos clients potentiels et la taille de votre marché. Astuce supplémentaire : évitez le jargon technique ou marketing que personne d'autre que vous ou vos concurrents ne comprendra. La première description de votre projet doit être limpide... même pour votre petit frère ou votre grand-mère (que vous

pourrez encore solliciter pour tester votre pitch).

> Énoncez clairement la solution que votre produit ou service apporte à un certain problème

Détaillez la proposition de valeur

Maintenant que vous êtes au clair sur ce que vous voulez faire, essayez d'adopter le point de vue du client : qu'est-ce que votre produit ou votre service peut lui apporter exactement ? Que va-t-il gagner à l'utiliser ? Rappelez-vous que "le temps, c'est de l'argent" : votre produit ou service peut permettre à votre client potentiel de gagner du temps... ou de l'argent. Ce sont deux propositions de valeur quasi universelles, pour les startups B2B comme B2C.

Pourquoi votre client potentiel utiliserait-il votre produit ou service plutôt qu'un autre ? Cette réflexion vous poussera à préciser votre projet pour mieux vous démarquer d'éventuels concurrents que vous trouverez sur votre chemin (d'où l'importance de bien réaliser son étude de marché). N'hésitez pas à poser à plat toutes les questions qu'un client potentiel pourrait se poser et à détailler au maximum les réponses. Plus votre offre sera spécifique, moins le client potentiel pourra vous comparer à d'éventuels concurrents.

Si l'on reprend l'exemple de la MiamBox (fictive) : pourquoi cela pourrait-il intéresser un client de cuisiner en 20 minutes ? Parce qu'il gagne du temps ? Mais gagne-t-il aussi en qualité ? Est-ce que le produit est utilisable au quotidien ? Ou est-ce qu'au contraire il est réservé à des jours de flemme ? Ou de fête, pour un repas gastronomique mais à préparer rapidement ? La box s'adresse-t-elle aux jeunes couples pressés ou aux familles épuisées ?

> Définissez très précisément les caractéristiques de votre produit ou service

Adoptez la stratégie des petits pas

Imaginez-vous un enfant qui apprend à marcher : essayez d'abord de mettre un pied devant l'autre avant de vouloir courir un 100 mètres ou... un marathon. Car c'est bien ce dans quoi vous vous engagez ! Alors avant de vouloir changer le monde et conquérir la planète, essayez déjà de régler un premier problème. Si votre produit ou service parvient à répondre à cette première problématique, vous pourrez passer à l'étape suivante. Ce n'est pas un manque d'ambition mais du réalisme !

Vous aurez tout le temps ensuite de développer votre vision. Rappelez-vous que la réussite ne se bâtit pas en un jour et que toutes les *success stories* que vous pouvez avoir en tête ont commencé petit avant de voir grand. Si Facebook est aujourd'hui un réseau social planétaire, il a d'abord été une plateforme dédiée à une seule école dont la seule fonctionnalité était de pouvoir noter le physique de ses camarades... Cela devrait vous faire réfléchir.

> Voyez grand mais commencez petit

Pensez à votre source de revenus

Voulez-vous créer une startup ou fonder une association ? La seule différence entre les deux est que la première est vouée à gagner de l'argent alors que la deuxième est à but non lucratif. Et même si tout le monde vous dira que certains succès ont mis plusieurs années à mettre au point leur modèle économique, c'est malheureusement un luxe que la

plupart des entrepreneurs ne peuvent se permettre, du moins sur le long terme.

Il est donc important de pouvoir, dès le départ, identifier d'où proviendront les futurs revenus de votre entreprise. C'est un peu la proposition de valeur inversée : non plus pour le client mais pour l'entrepreneur (et vos futurs investisseurs). Posez-vous la question des futurs bénéfices : combien d'étapes vous faudra-t-il franchir avant de générer vos premiers revenus ? Le mieux est de ne pas compter plus de trois étapes.

Cette règle n'est pas intangible et il se peut que votre modèle économique ne soit pas lisible aussi rapidement. Cela ne vous empêchera évidemment pas de vous lancer mais gardez à l'esprit qu'il vous faudra sûrement passer plus vite que d'autres à l'étape levée de fonds mais qu'il vous faudra également un produit ou un service qui dénote pour arriver à convaincre les investisseurs...

> Repérez la manière dont vous allez pouvoir gagner de l'argent grâce à votre produit ou solution



À lire aussi

Comment construire un (bon) business plan ?

Challengez votre projet

Vous pensez avoir trouvé l'idée du siècle ? C'est le moment... de la démonter. Trouver du positif est facile, le plus dur et pourtant le plus efficace est d'en identifier les points faibles. Parlez-en un peu autour de vous, à vos proches, même et surtout à ceux dont vous redoutez les critiques. Elles seront peut-être dures à avaler sur le coup mais vous permettront de savoir rapidement sur quels points travailler.

C'est aussi le moment de vous mettre en tête que vous allez devoir accepter la critique. Si vos proches soulèvent quelques réserves, ils le feront probablement avec du tact et les pincettes pour éviter de vous blesser inutilement. Imaginez ce que diront alors de futurs clients mécontents ! Apprenez à écouter, à encaisser, voire même à avaler quelques couleuvres. Mais surtout, apprenez à transformer ces critiques en pistes d'amélioration pour votre produit ou votre service !

> Sachez repérer les points faibles de votre projet... et y remédier !

Sources :

- [10 règles à respecter pour avoir une bonne idée de startup](#)
- [8 conseils pour trouver ce qui manque encore à votre proposition de valeur](#)

Vous souhaitez créer votre entreprise ? Retrouvez les dernières ressources et outils du moment pour vous aider dans votre parcours d'entrepreneur·euse dans la sixième édition de Backpack par Maddyness. C'est l'ouvrage qui vous accompagnera à toutes les étapes.



[Découvrir Backpack](#)

Article écrit par Maddyness