



Workshop individuel 3

28/09/2017

Geneviève Campan – Marie-Anne Clair

Miss Mandarine

Insuffler l'esprit startup dans vos organisations

Equipe d'intervention Miss Mandarine

Posture et esprit startup

Penser et agir différemment
Agilité – Ouverture
Transposition esprit startup

Coordinateur
Expert startup



Postures et capacités

Postures et repères
Organisation et RH - Progression
des pratiques professionnelles



Outils et méthodologies

Innovation - Entrepreneuriat
Intrapreneuriat



Processus d'innovation
Créativité - Idéation
Management d'innovation
Construction / conduite de projet innovant
Design thinking – Lean startup

Posture et esprit startup

Innovation - Entrepreneuriat
Intrapreneuriat
Agilité - Ouverture

Culture POP®

**Outils
d'innovation**

Diagnostic innovation
Business Model / Proposition de valeur
Business plan / Pitch
Innovation par les usages



Mon intervention

- La proposition de valeur
- Le modèle économique
- Le mode de pensée des entrepreneurs



Votre collaboration



A mi-parcours...

Que retenez vous de *Miss Mandarine* ?

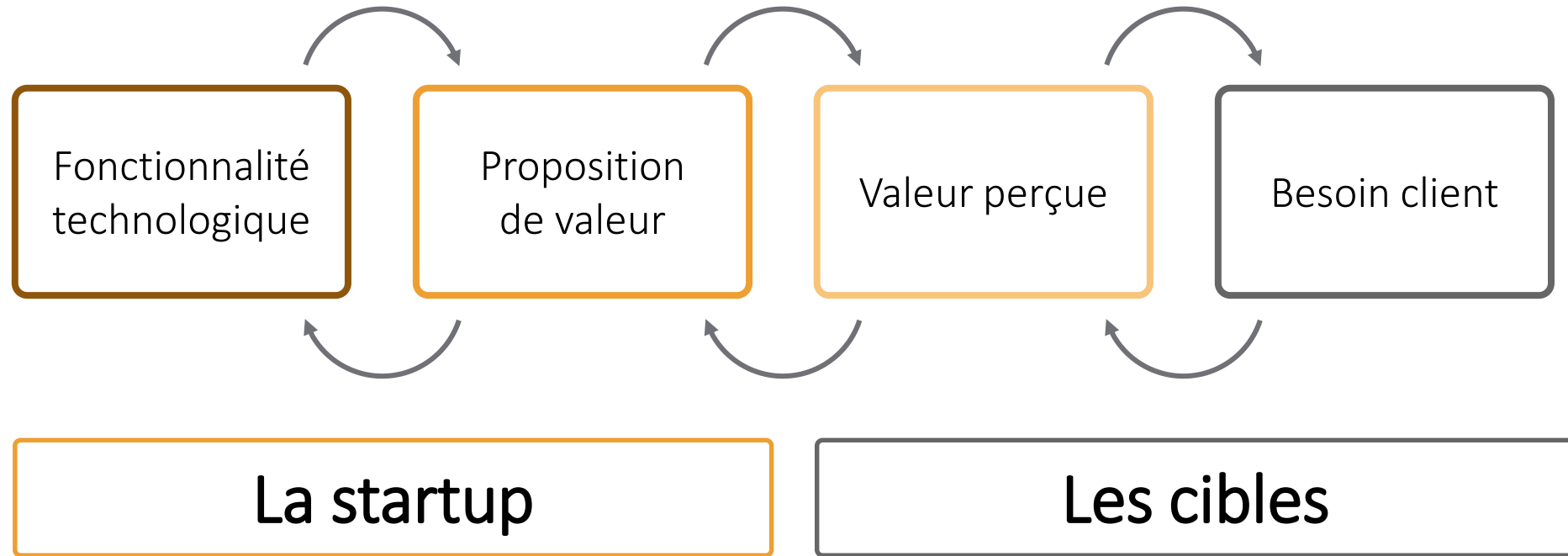


Agenda de la matinée

- Développer sa compréhension des clients avec les « Personae »
- Construire une proposition de valeur



Fonction vs besoin



Persona(e)



Persona

Un Persona (Personae au pluriel) est une **personne fictive** qui représente un groupe de cibles. Cette personne fictive se voit assignée une série d'attributs qui expriment les **caractéristiques de la population cible**.

L'approche des Personae est issue :

- Du **marketing** : création de scénarios d'utilisation d'un produit/service.
- De l'**ergonomie** : utilisée par les développeurs logiciels pour concevoir l'interface.

Objectif : se mettre à la place d'un utilisateur pour comprendre ses comportements.



Source image : deux.io



Construction d'un persona

Qui ? Carte d'identité du Persona

Le persona est-il un homme/une femme ? Profession ? CSP ? Ou habite-t-il ? Situation maritale ? Centres d'intérêts ? Journée type ? Relation à la technologie ?

Quoi ? Motivations du Persona

Quels sont ses besoins ? Ses objectifs exprimés ? Ses envies ?

Pourquoi ? Faire parler le Persona

Que penserait le Persona de notre produit/service (écrire des Verbatim) ? Quelles seraient ses objections, qu'est ce qui l'empêcherait d'utiliser le produit ?

Pour garantir une démarche efficiente, se limiter aux 2-3 personae les plus importants.



Fiche persona

La fiche Persona est adapté pour chaque cas d'utilisation

Photo

Nom, Prénom :
Age :
Genre :
Situation familiale :
Profession / CSP :
Centres d'intérêt :
Moteurs de motivation :
Relation à la technologie :
Journée type :

Verbatim :

Besoins et problèmes :

- 1.
- 2.
- 3.

Découverte du produit :

Relation avec le produit / utilisation :

Objections d'utilisation :



Exemple de persona

HOMME

45 ans

Aisé

Veut montrer qu'il a réussi

Veut montrer qu'il est à la

pointe de la technologie

Aime le cocktail

Facteurs de succès

Produit haut de gamme

Elégance du produit

Fiabilité du produit

Pouvoir évoquer son style/niveau de vie au

travers de la consommation

Aime recevoir

Freins

Prix (pour de l'électroménager)

Produit électroménager

Habitude de consommation (vin, whisky)



FEMME

40 ans

Dynamique

Besoin de sentir qu'elle consomme

mieux

Aime découvrir de nouvelles saveurs

Facteurs de succès

Produit électroménager totalement nouveau

Diversité de saveurs

Aspect écologique

Bien être / santé

Freins

Multiplication des appareils électroménagers

Aime sortir

Aime le côté décoration sur les cocktails





Élodie Guerlin

Styliste

32 ans

CSP+

En couple, sans enfants

Lille, France

*“Je veux être à la
pointe de la
tendance en toutes
circonstances”*

Connaissances web : élevées

Habitudes : emails, réseaux sociaux, shopping online, logiciels PAO.

Matériel : ordinateur portable, smartphone, tablette.

Sites de prédilection :
vente-privee.com,
zalando.com, legorafi.fr

Motivations :

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam efficitur rhoncus dui eget pellentesque. Donec lorem nibh, interdum in laoreet et, viverra in leo. Sed nec euismod tellus. Sed vel dolor nec lectus mollis aliquam. Suspendisse potenti. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus.

Buts :

- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
- Donec lorem nibh, interdum in laoreet et, viverra in leo.
- Sed vel dolor nec lectus mollis aliquam. Suspendisse potenti.

Frustrations :

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam efficitur rhoncus dui eget pellentesque.



Laurent

"J'aime les gens !"

45 ans, scénariste

Mobilité faible



Autodidacte reconnu.

A travaillé à l'écriture de séries, de courts et de long-métrages.



Vit à **Paris** 18. Divorcé sans enfant.



Lit beaucoup, va au cinéma une fois par semaine, fait partie d'une association de quartier à la Goutte d'or.

échanges habitudes
enrichissement
groupe quartier
partage affinités
mutuel repère
relations
inspiration

Ses objectifs et motivations Laurent travaille chez lui depuis dix ans. A l'occasion d'une fête de quartier, il a pris connaissance de l'existence d'un espace de coworking dans l'arrondissement et l'idée de troquer son isolement contre une approche plus conviviale du travail a commencé à germer.

La webapp lui permettra dans un premier temps de se familiariser avec le concept et l'état d'esprit du lieu mais il passera vite au plan d'accès et à la visite physique du lieu. Une fois membre résident, il utilisera surtout la webApp pour les petites annonces, l'annuaire et la consultation de son compte.

Pain points Ne sait pas encore bien se servir de son smartphone.

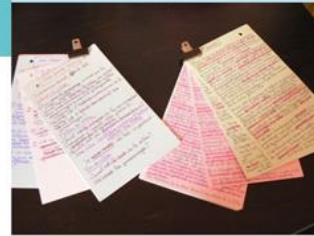
Réseaux sociaux



AppStore / PlayStore



Internet



Samsung Galaxy, PC portable



■ Outils
■ Humain
■ Réseau
■ Bulle
■ Lieu



E

(76 %)

Extraversion

N

(5%)

Intuition

F

(52%)

Sentiment

P

(64%)

Perception

Utiliser un persona

Le persona permet de **comprendre la relation entre la cible et le produit/service.**

- **Découverte du produit** : qu'est ce qui l'amène à utiliser le produit ? Comment ?
- **Usage** du produit. Quelle est la fréquence d'utilisation ? L'objectif ? La durée ? ...?
- **Transformations d'usage** du produit. Comment est ce que le persona pourrait utiliser le produit d'une façon que nous n'avons pas prévue ?
- **Compréhension des clients** : qu'est ce qui motive l'achat ? Comment le client se procure le produit ?



Quels seraient les Personae de votre startup ?



Proposition de valeur



Définition

« Combinaison de produits et de services qui créent de la valeur pour un segment de clientèle donné. »

A. Osterwalder

« La proposition de valeur c'est une promesse. La promesse qui convainc votre client de sauter le pas de l'achat. »

1001startups



Un outil : Value Proposition Design

© Value Proposition Design – Alexander Osterwalder et Yves Pigneur



Principles



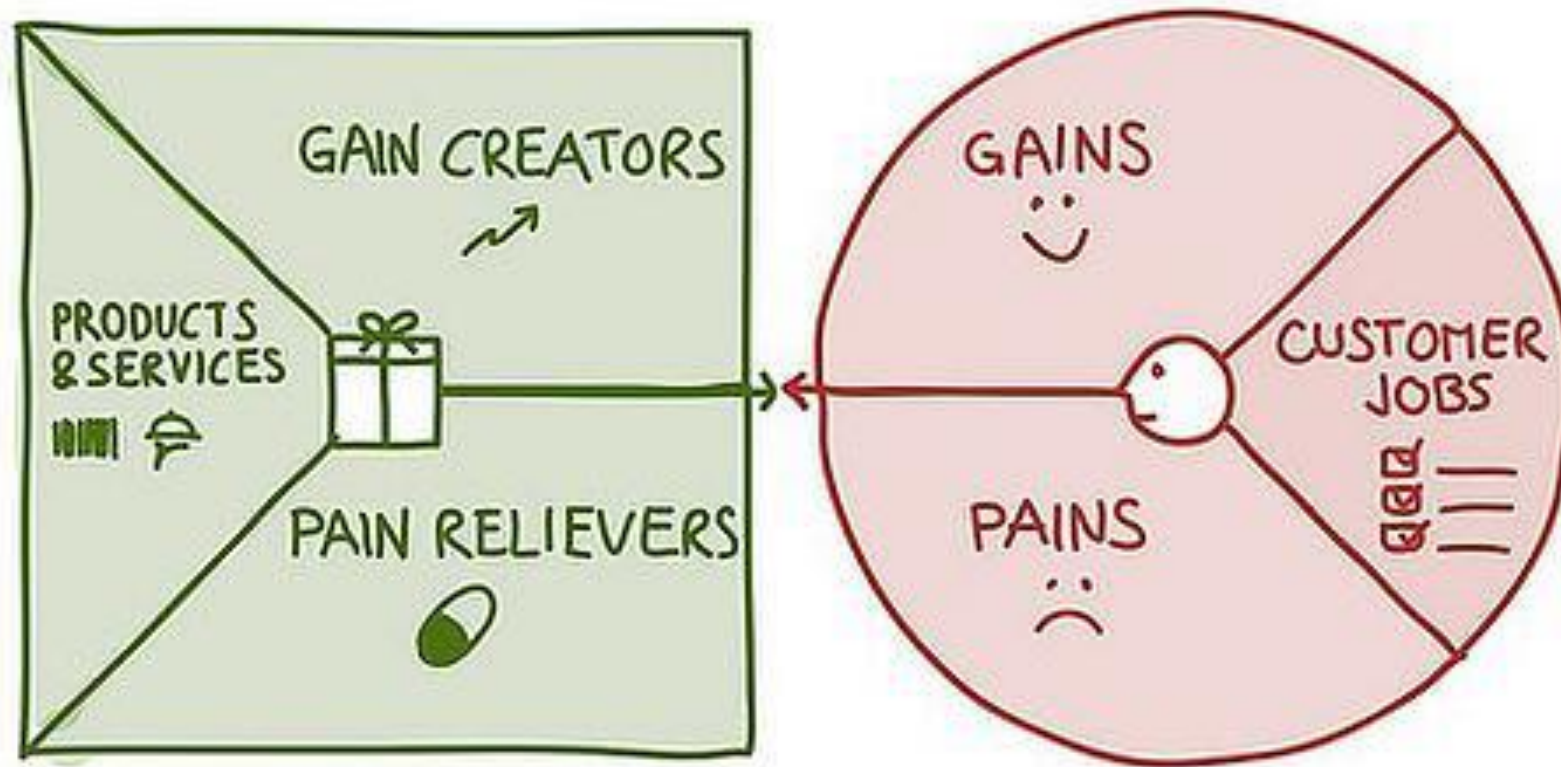
design



observe



Value proposition design



© Value Proposition Design – Alexander Osterwalder et Yves Pigneur



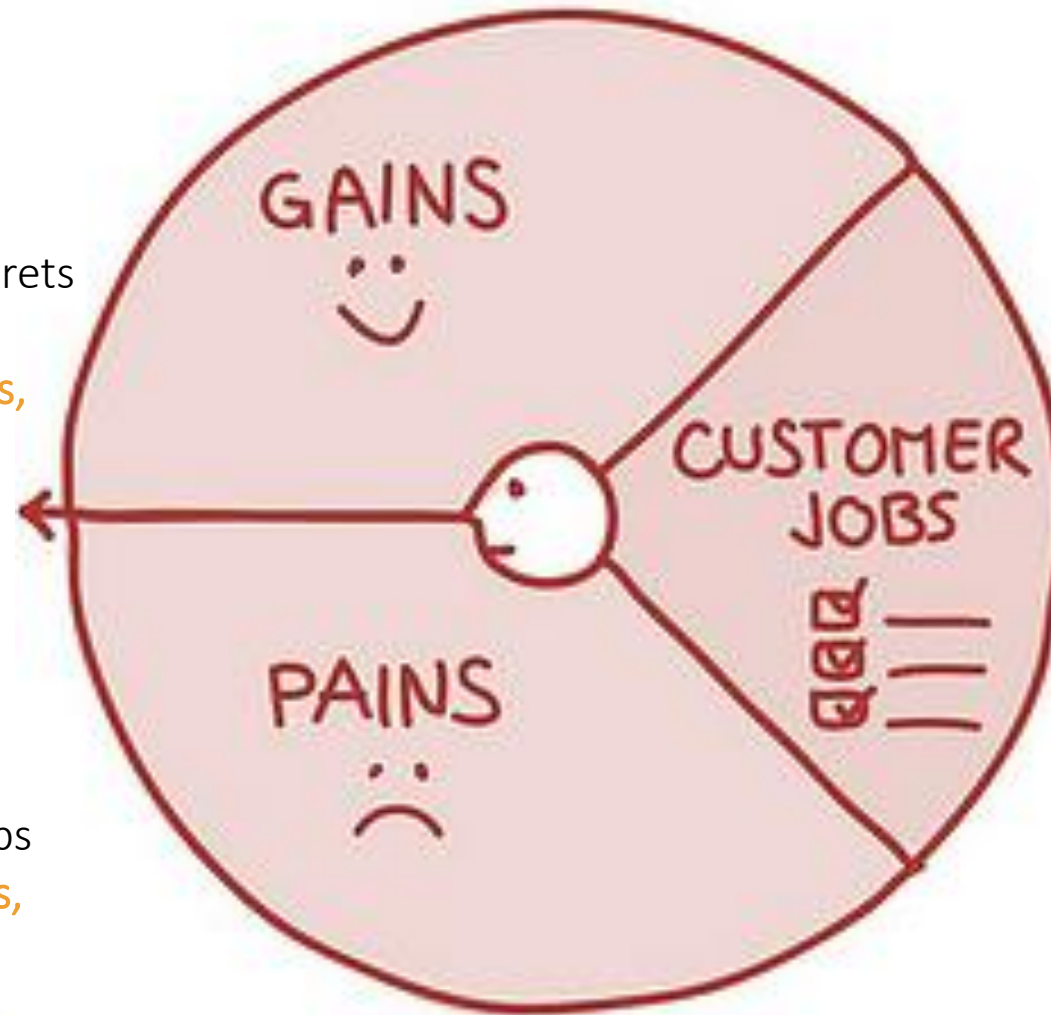
Profil du client

Gains : résultats que les clients veulent atteindre. Bénéfices concrets qu'ils recherchent.

Bénéfices requis, attendus, désirés, inattendus

Pains : les mauvais résultats et obstacles issus de Customer jobs

Résultats non-souhaités, risques, obstacles



Customer jobs : ce que les clients essayent de réaliser, selon leurs propres mots.

Aspirations fonctionnelles, sociales, émotionnelles



Carte de la valeur

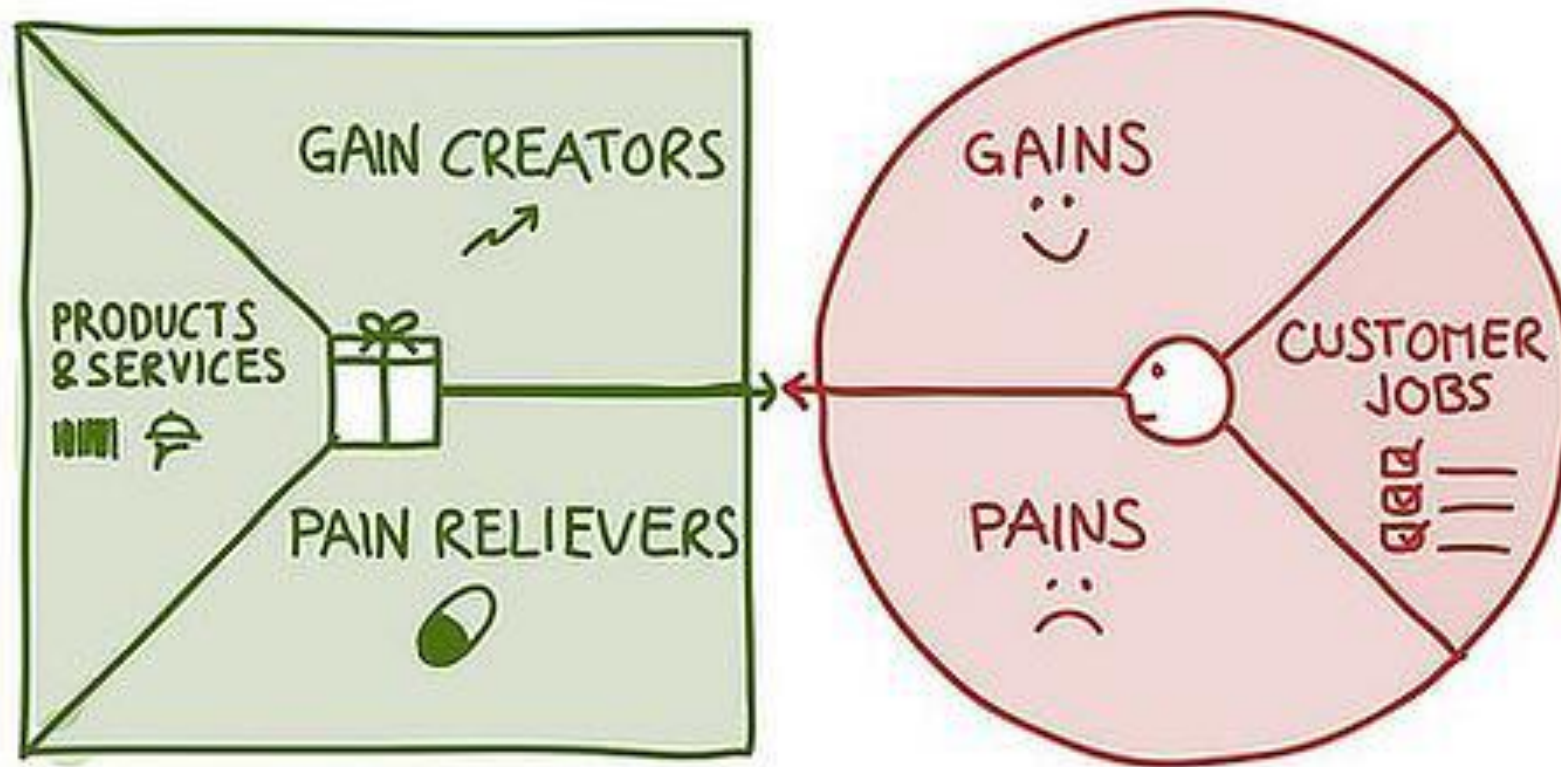
Gain creators: comment les produits et services créent des bénéfices pour les clients.

Products & services : liste des produits / services sur lesquels se fondent la proposition de valeur



Pain relievers : comment les produits et services soulagent les clients

Value proposition design



© Value Proposition Design – Alexander Osterwalder et Yves Pigneur



Un petit air de Pitch...

Nos  aident  qui veulent

 en  et .

(Contrairement à )



Travaillons sur votre startup



Conclusion



Un petit air de Pitch...

Compréhension et
empathie profonde
des clients
(Personae)

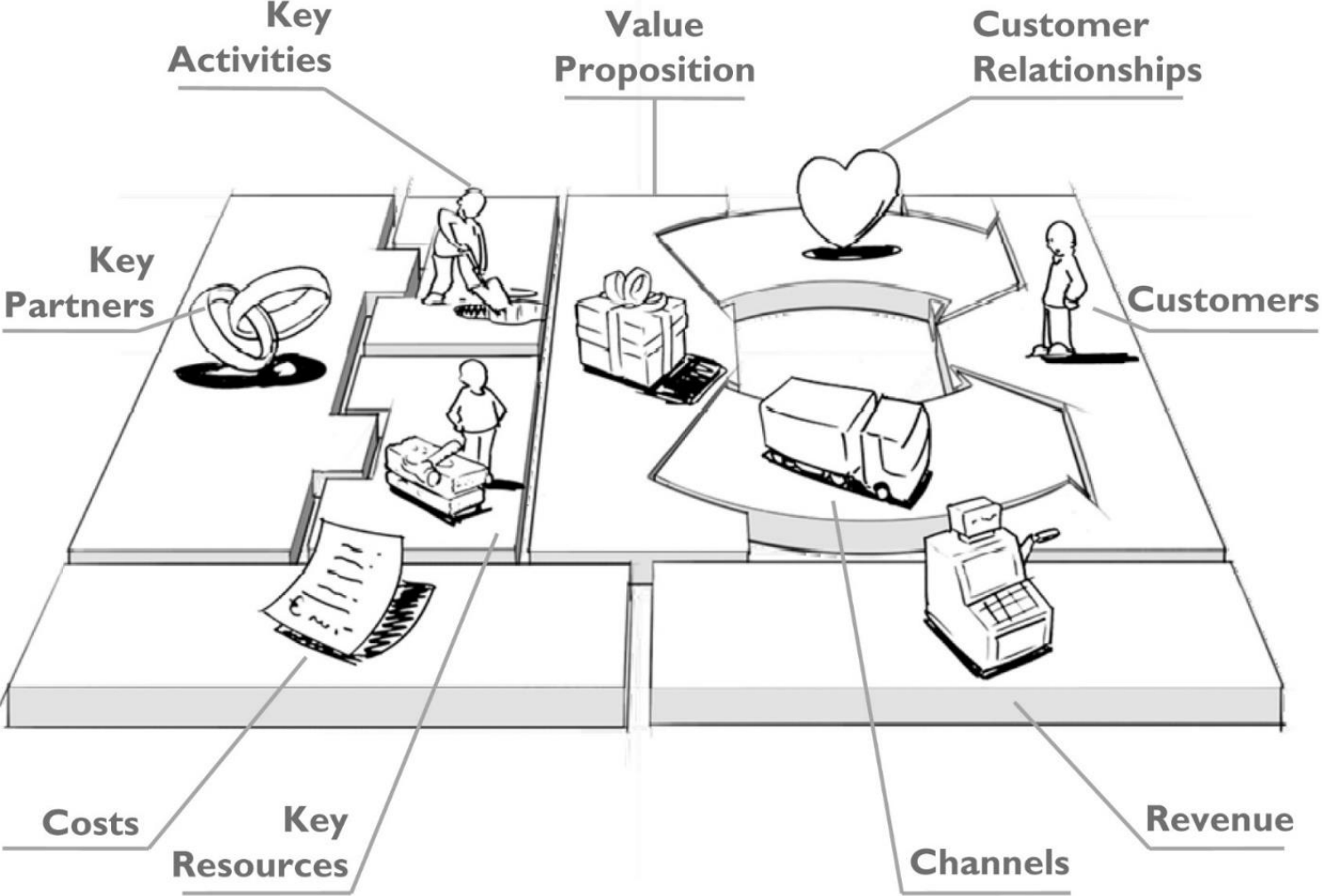
Cohérence et
adéquation
entre besoins /
attentes /
proposition de
valeur



Prochaine étape...
Comme construire un modèle économique cohérent
autour de la proposition de valeur ?



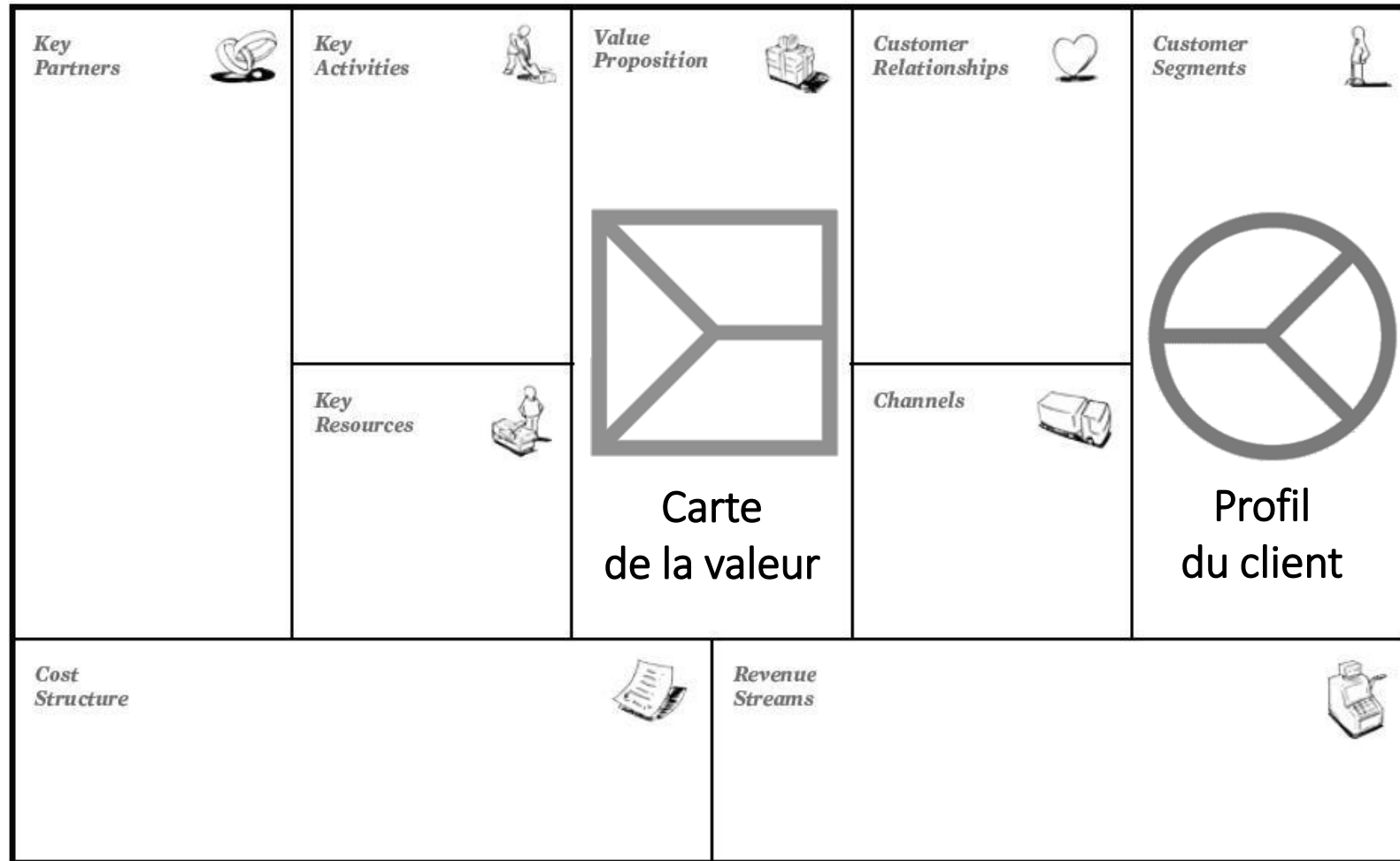
Business Model Canvas



drawings by JAM



Une première étape



Merci de les aider !

