

Workshop évènementiel 1

10/07/2018

Talents CNES

Bienvenue !

Miss Mandarine

Insuffler l'esprit startup dans vos organisations

Objectifs



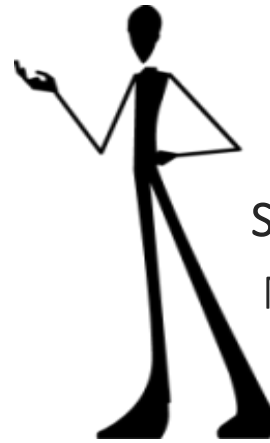
Mieux connaître l'univers startup – Univers différent

Progresser dans ses pratiques professionnelles – Posture

> **Favoriser le New Management**



Pédagogie entrepreneurante



Startup

Médiateur pédagogique

**Objectif : Améliorer ses
Pratiques professionnelles**



Valeurs

Responsabilité sociétale

Engagement – Responsabilité – Partage



Engagement : Collaborer avec la start up - Participer au développement économique de la start up et à la création d'emploi - **Responsabilité** : Mettre en œuvre des réflexions et actions pour accompagner et soutenir la start up – **Partage** : Partager ses ressources, sa vision et ses compétences



Agenda

- La collaboration Talent Startup
- La startup
- Plateforme Miss Mandarine
- Posture d'accompagnement
- Echanges



Workshop Évènementiel

3 temps :

Collaboration startup : comment ça se passe ?

Thématique avec un expert du sujet

Transposition des pratiques startup à vos pratiques



Pour bien démarrer

Quel est le nom de votre promotion ?



La collaboration Talent / Startup



New Management

Engagement – Responsabilité – Partage

Collectif et Entraide face à ce challenge



Engagements

Engagement du « Talent » :

Confidentialité

Suivi régulier

Réactivité (prise en compte d'une demande sous 48 heures)



Engagement de la start-up :

Confidentialité - Informations

Discernement et modération

Demande sérieuse et réfléchie



Modalités

Talent /start up : 1 contact hebdomadaire

Talent /start up/ Miss Mandarine : 3 RV avancement au démarrage, à mi parcours et rv clôture

Miss Mandarine : support Talent et/ou startup et/ou binôme

Workshop Evènementiel Miss Mandarine et Golden Event

Rapports avancement mi et fin de parcours par le Talent

« Prévention des risques »



Planning

Workshop 1	10 juillet	Toulouse / Timonerie
Workshop 2	29 aout	Toulouse / Timonerie
Workshop 3	26 septembre	Toulouse / Timonerie
Workshop 4	30 octobre	Toulouse / Timonerie
Workshop 5	21 novembre	Toulouse / Timonerie
Workshop 6 / Golden Event	19 décembre	Toulouse / Timonerie

Suivi mensuel Talent et Startup

Rendez vous tripartites Talent/Startup/Miss Mandarine en juin, septembre et novembre

Golden Event !!! 19 décembre



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



Posture et esprit startup

Innovation - Entrepreneuriat Intrapreneuriat Agilité - Ouverture

Processus d'innovation

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

Outils d'innovation

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

Culture POP®





Aventure entrepreneuriale

Rafraichissant – Oxygénant

Pas un jeu !

rapport à l'argent, au temps, au risque ... à la liberté...



Pour bien démarrer...



Pitch !

Plan sur plateforme



Elevator pitch

Pitch synthétique de 30 sec à 1 minute.

L'Elevator Pitch peut servir :

- Lors d'une conférence, d'une présentation...
- Lors d'une soirée networking, d'un salon, d'un petit déjeuner...
- Lorsque vous rencontrez un ami d'ami dans une soirée
- Lorsque vous recherchez un financement (banque, investisseur...)
- Lorsque vous faites de la prospection téléphonique

...



Le but de l'elevator pitch n'est donc pas de convaincre tout de suite, mais **d'attiser la curiosité** et d'ensuite **d'obtenir un rendez-vous** pour aller plus loin !

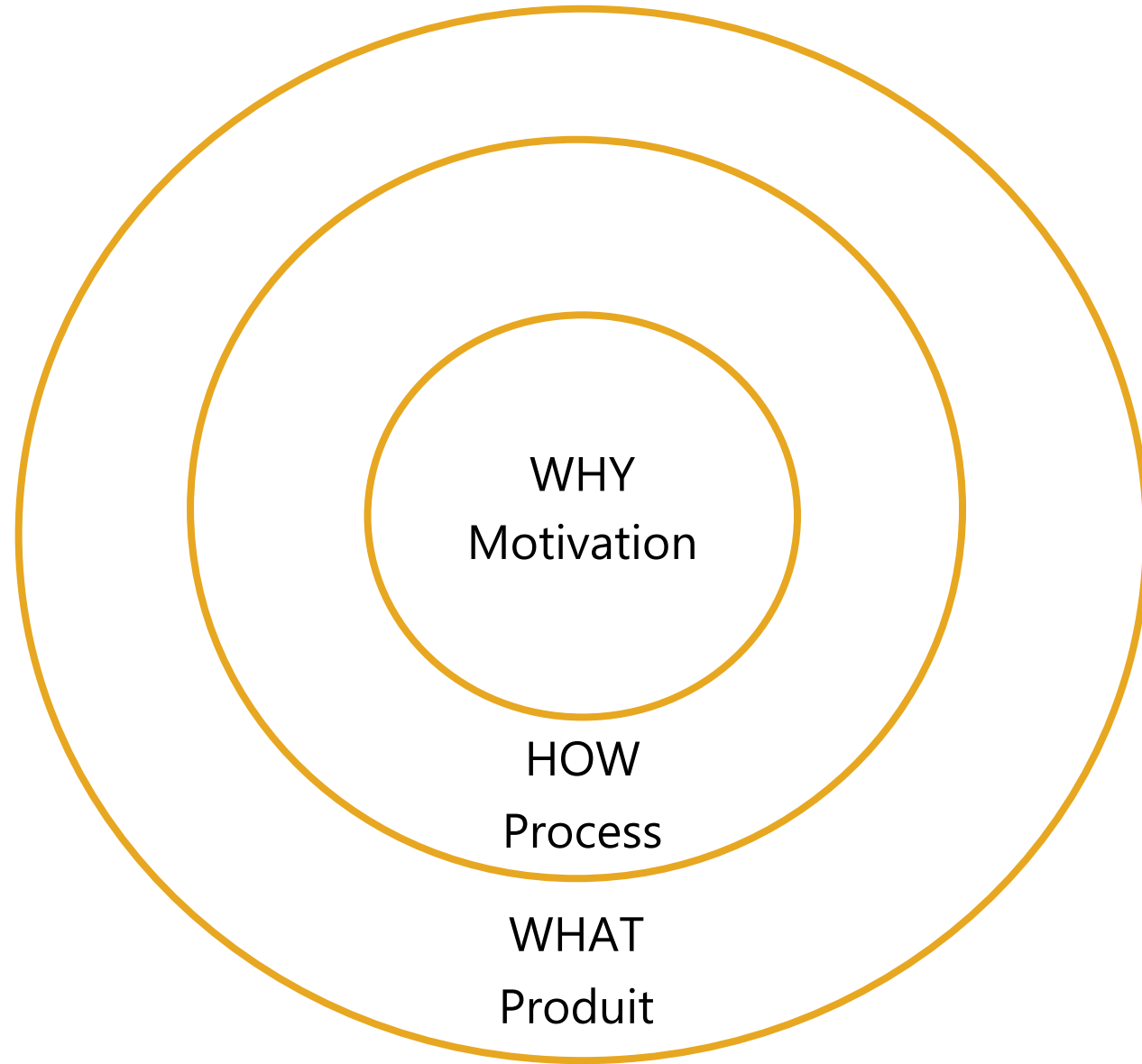


Pour *(client cible)*, qui *(besoin client)*, *(nom du produit)* est un *(catégorie du produit)* qui *(principal bénéfice)*.

Au contraire de *(concurrence)*, le produit *(principal facteur différenciant)*.



Golden Circle
Simon SINEK



COCKTAIL SQUARE





KUANTOM

La nouvelle expérience cocktail

ORKESTRA

Garantir des cocktails de qualité

Amener plus de saisonnalité dans votre carte

Augmenter la performance des débits de boissons

Placer vos clients au centre de l'expérience



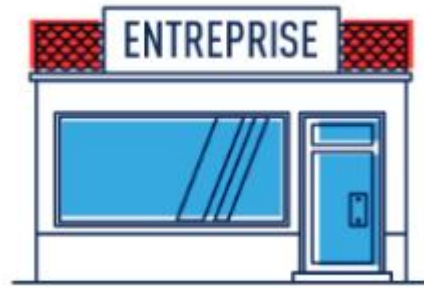
Vos startups

Pitch + objectifs de collaboration

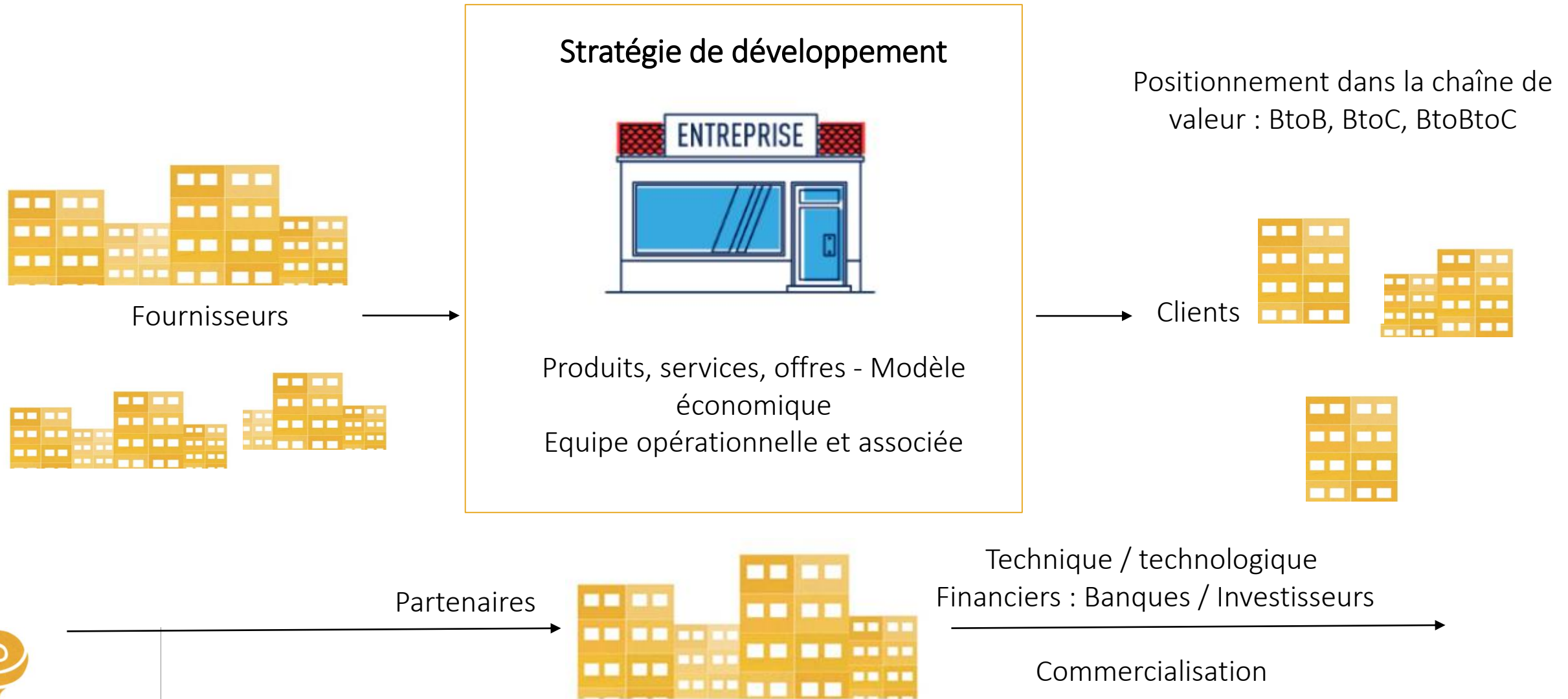


Les startups





La startup et son environnement



- Préconceptions cognitives
- Représentation de la startup
- Qu'est ce qu'une startup ?
- Business model
- Associés / salariés
- Fondamentaux stratégiques
- Business plan



Préconceptions Cognitives



This word cloud features the following terms:

- Central words:** Innovation (orange), Créativité (blue)
- Other large words:** Idée (blue), Technologie (orange), Futur (blue)
- Medium words:** Vocation (orange), Réactivité (orange), Succès (orange), Ruse (blue), Ouverture d'esprit (blue), Agilité (blue), Expertise (orange), Liberté (blue), MultiExpertise (blue), Timing (blue), Précarité (blue), Fashion (blue), Potentiel (blue), Croissance (blue), Essentiel (blue), Taille limitée (blue)
- Small words:** Petit effectif (blue)

Quelques préconceptions souvent rencontrées

« Créer une startup, c'est **fun** ! »

« Quand on crée une startup on est complètement **libre** ! »

« Une startup est fortement **technologique** ! »

« Une startup a forcément **levé plusieurs millions d'euros** ! »

...



Représentation de la startup









**‘SORRY FOR THE
INCONVENIENCE,
BUT
WE ARE
TRYING
TO
CHANGE
THE
WORLD’**







Créativité



Valorisation



Collaboration



Expérimentation

innovation
Intelligence Collective

Success



what people think
it looks like

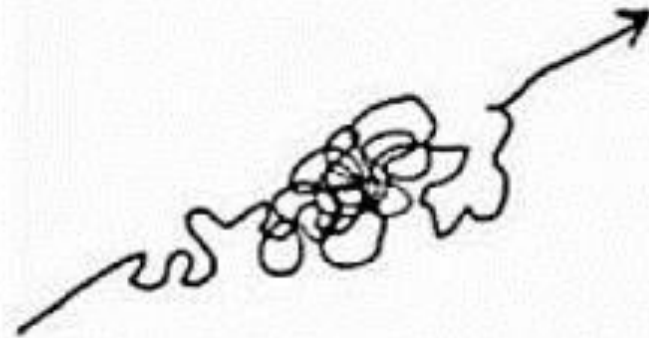


Success



what people think
it looks like

Success



what it really
looks like



Qu'est ce qu'une startup ?



Définitions

« **Jeune** entreprise **innovante**, dans le secteur des nouvelles **technologies** »

Larousse

Une startup est « une institution **humaine** conçue pour créer un **nouveau** produit ou service dans des conditions **d'incertitude** extrême »

Eric Ries, auteur du best-seller « The Lean Startup »

« La startup est une jeune **entreprise** à fort **potentiel de croissance** et qui fait la plupart du temps l'objet de levée de **fonds**. »

Maddyness

“a startup is an organization formed to search for a repeatable and scalable business model.”

Steve Blank



Business Model



Business Model

« Le business model se définit comme **l'ensemble des mécanismes** permettant à une entreprise de **créer de la valeur** (à travers la proposition de valeur faite à ses clients et son architecture de valeur) et de **capter cette valeur pour la transformer en profits** (équation de profit). »

L. Lehmann-Ortega

Un modèle économique (ou business model) décrit les **principes selon lesquels une organisation crée, délivre et capture de la valeur.**

A. Osterwalder, Y. Pigneur

Un modèle d'affaire décrit **comment vous allez gagner de l'argent.**

S. Blank,

serial entrepreneur et

leader d'opinion dans la Silicon Valley

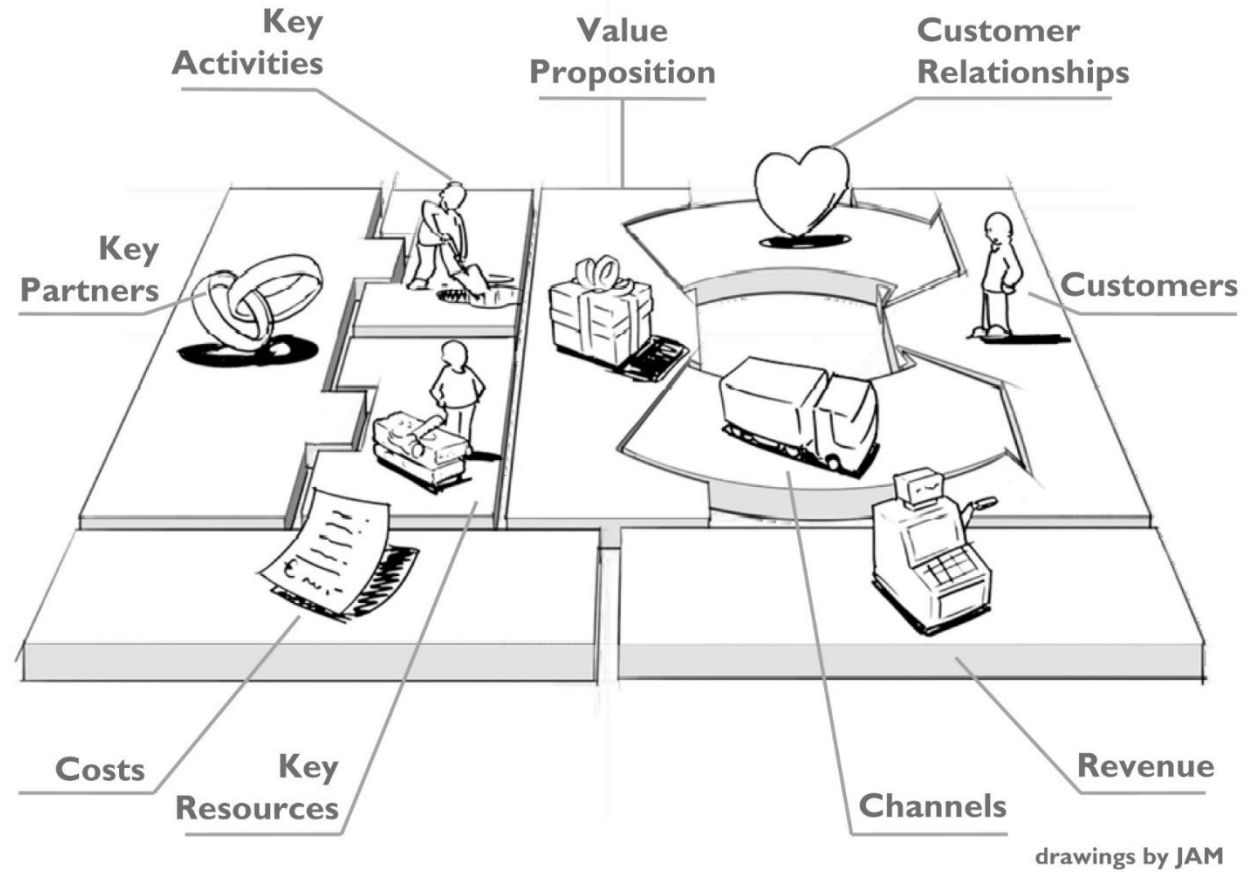


Représentons l'entreprise...

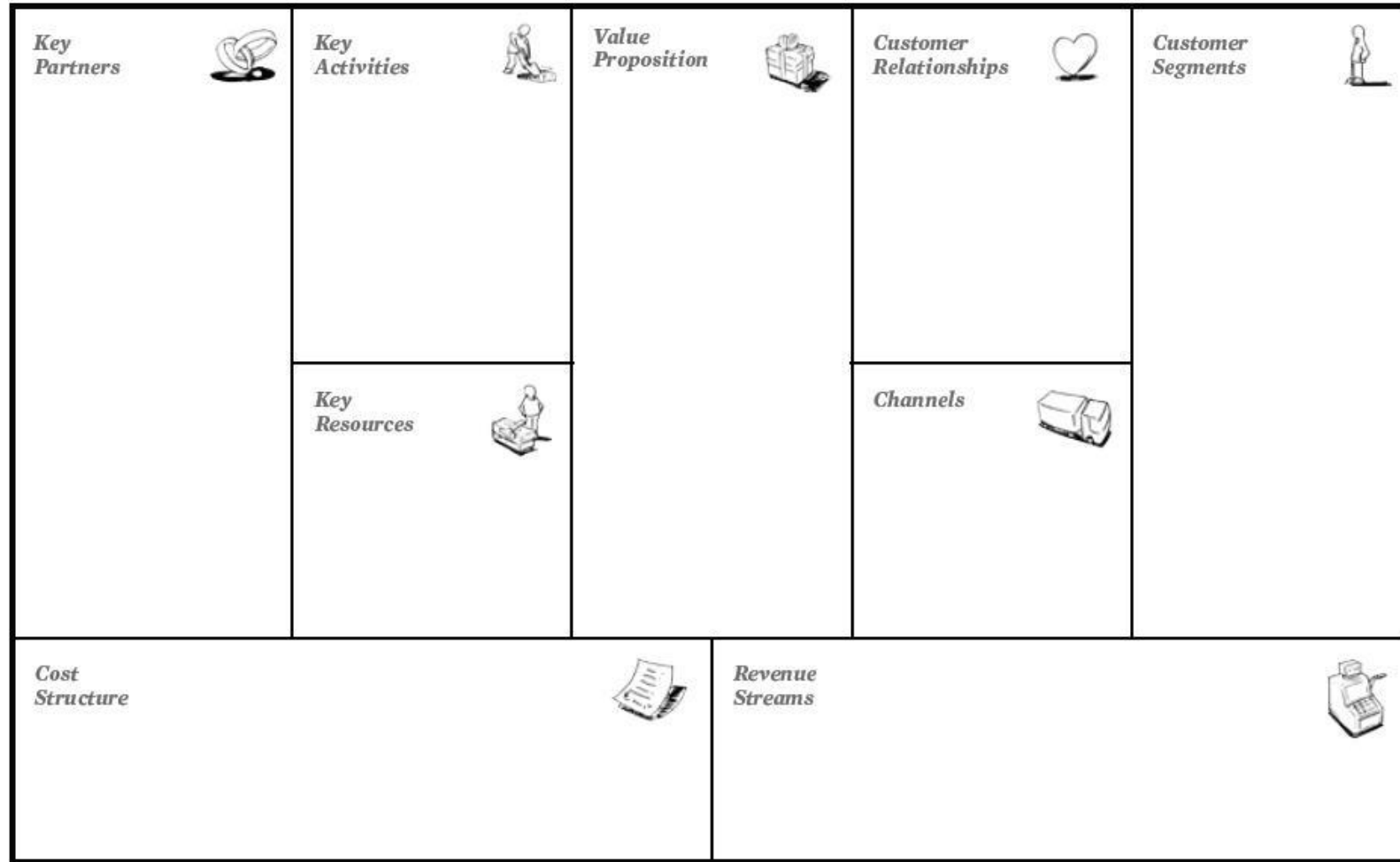


Business Model Canvas

Le Business Model Canvas, développé par Yves Pigneur et Alexander Osterwalder, sert à **concevoir et à organiser tous les aspects des modèles économiques de l'entreprise.**



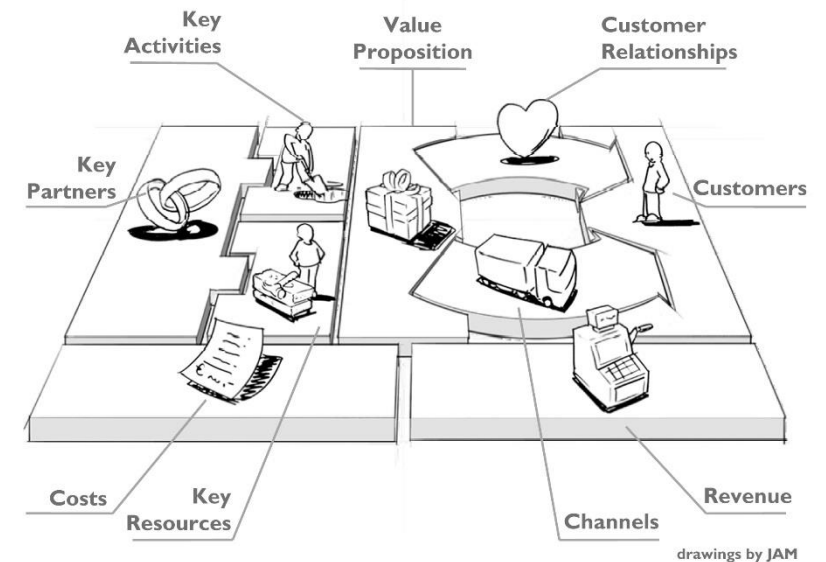
Business Model Canvas



Métier de l'entreprise

En quoi l'évolution de ma société va-t-elle changer mon organisation ?

- Quels impacts sur mon activité, mes ressources, mes partenaires ?
- Quels impacts sur mes clients, mes relations avec eux, mes canaux de distribution ?
- Quels impacts sur mes coûts ? Sur mes revenus ?



Modèles de revenus

Quel modèle de revenu pour des services innovants ?

Quelques modèles économiques :

- Le modèle **Oneshot**
- Le modèle de **l'abonnement**
- Le modèle de **« l'imprimante »**
- Le modèle **freemium**
- Le modèle **« Marché biface »**
- ...



Modèle Oneshot

Principes	Le produit a pour vocation de n'être vendu qu'une seule fois ou très rarement à un client donné.
Revenus	Achat de la prestation comme paiement unique.
Exemples	Achat locaux, projets sur mesure...



Abonnement

Principes	Le client bénéficie de l'accès au(x) produit(s) sur une durée plus longue. Souvent liés à des services complémentaires.
Revenus	Paiement fixe à intervalles réguliers.
Exemples	Matériel en leasing (voiture, informatique...) Fournisseurs d'accès internet (box)



L'imprimante

Principes	Un produit / service d'appel est vendu au client à bas prix (marge très faible), avec pour objectif de capter de la valeur sur des consommables liés vendus avec une marge forte.
Revenus	Revenus faibles lors de la première vente, mais récurrents ensuite par l'achat de services / produits complémentaires.
Exemples	Fournisseurs d'imprimantes. Application payantes smartphone.



Freemium

Principes	Evolution de « l'imprimante ». Un produit/service est proposé gratuitement, et des services associés indispensables pour une utilisation poussée sont vendus ensuite.
Revenus	Produit principal gratuit, revenu sur des services complémentaires à forte valeur ajoutée.
Exemples	Applications smartphones gratuites Logiciels Open-Source : hébergement, maintenance Jeux vidéos : accessoires, niveaux...



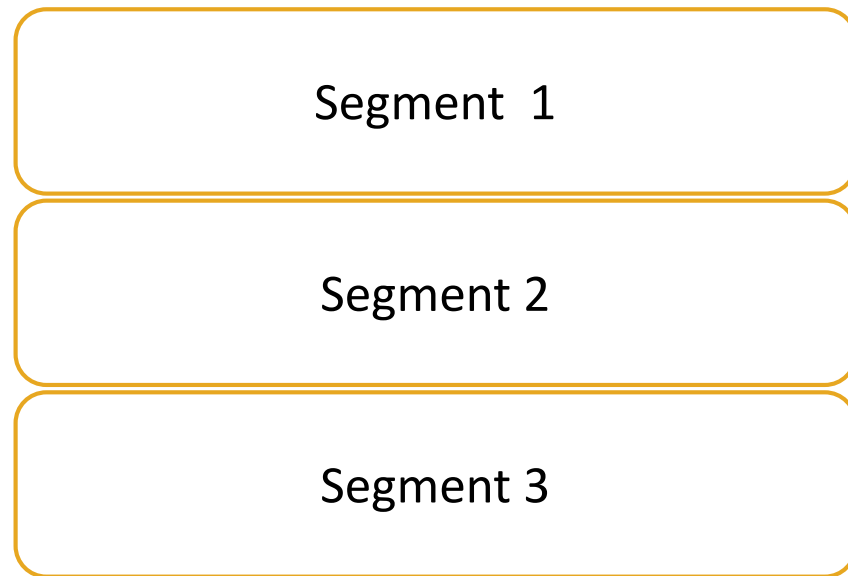
A noter...

Un modèle d'affaire est lié à un MARCHE

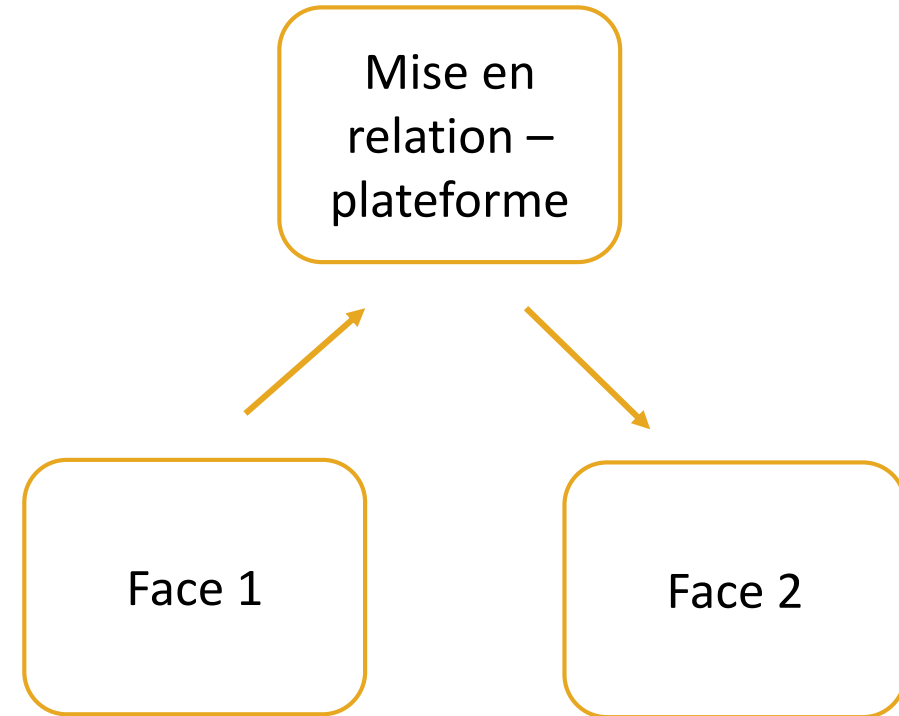
S'intéresser à l'ACCES et la PENETRATION de ce marché
(circuit de distribution)



1 ou plusieurs segments de Marché



Marchés biface



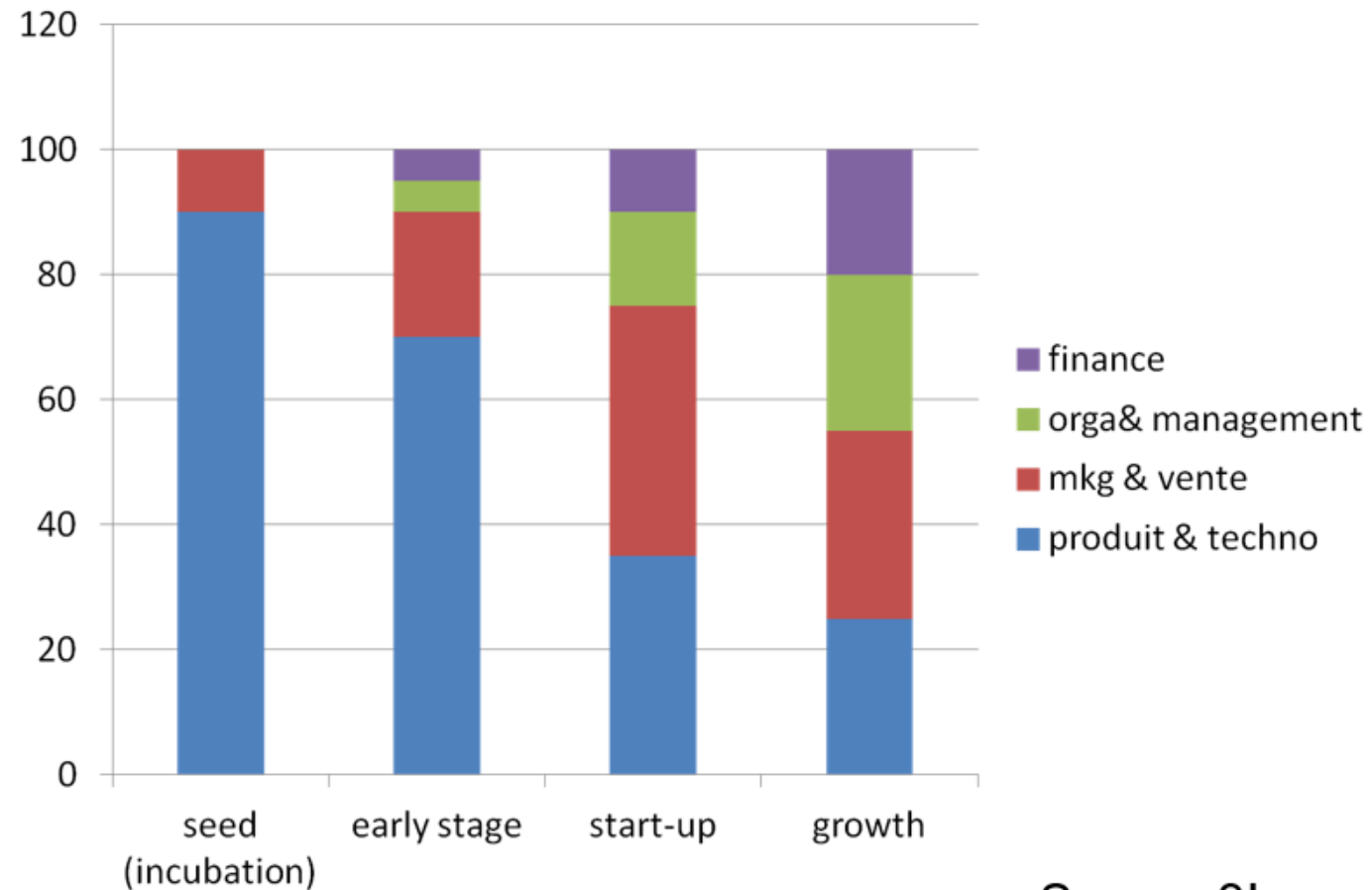


Miss Mandarine

Equipe : Associés / salariés

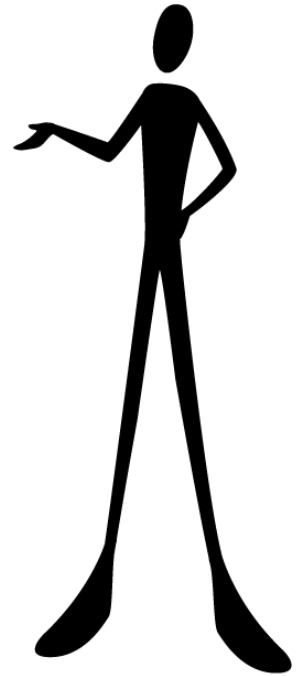


Compétences dans le temps

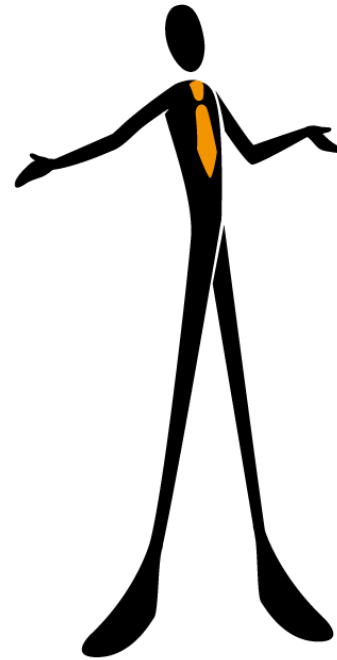


Source 31





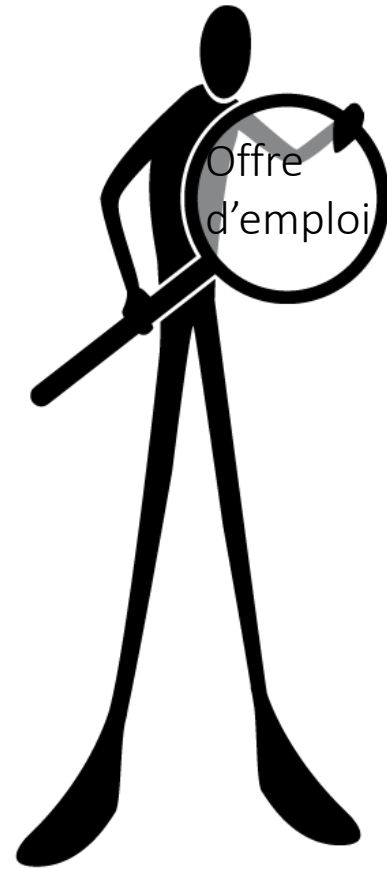
Salarié ?



Associé ?



Choisir son associé

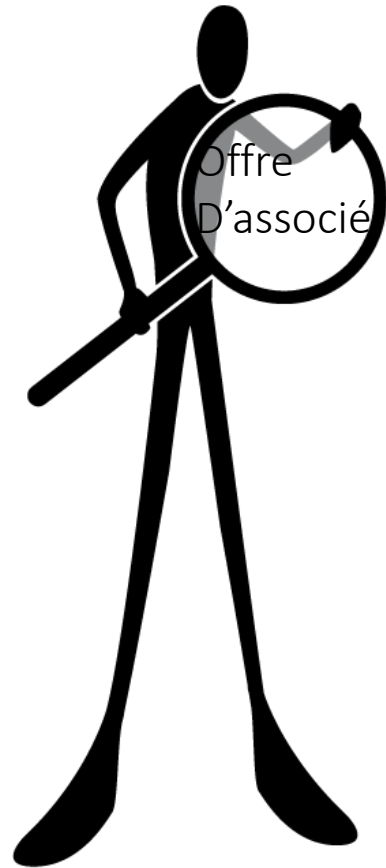


Super

- Compétent
- Connaissances
- Sympa
- Bénévole



Choisir son associé

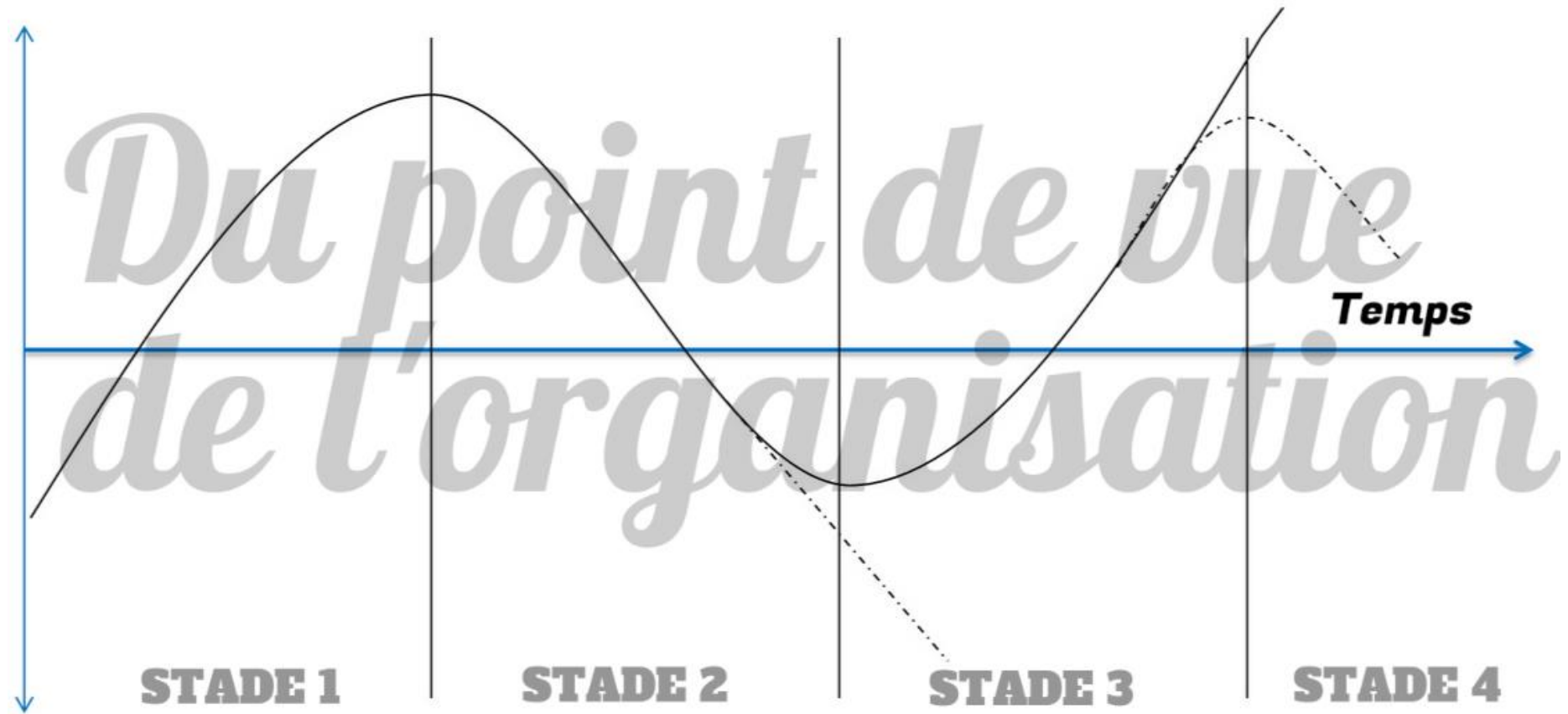


Super

Ai envie de travailler avec vous et vous avec lui
Aime votre secteur d'activité
A envie de créer une entreprise



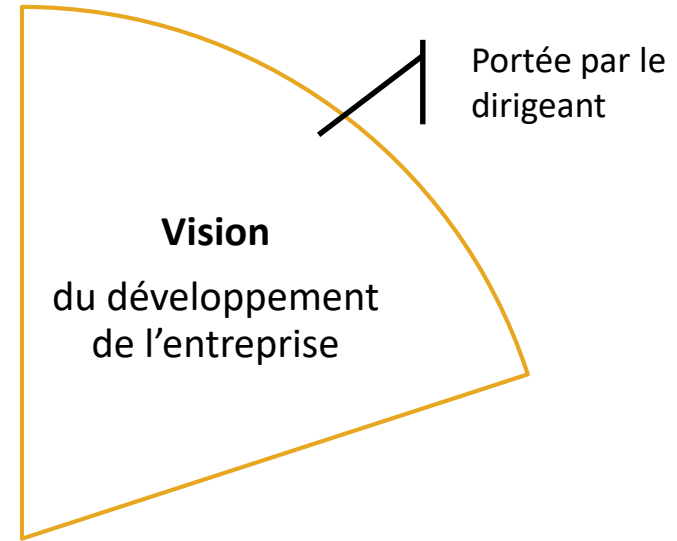
Cycle de vie d'une équipe



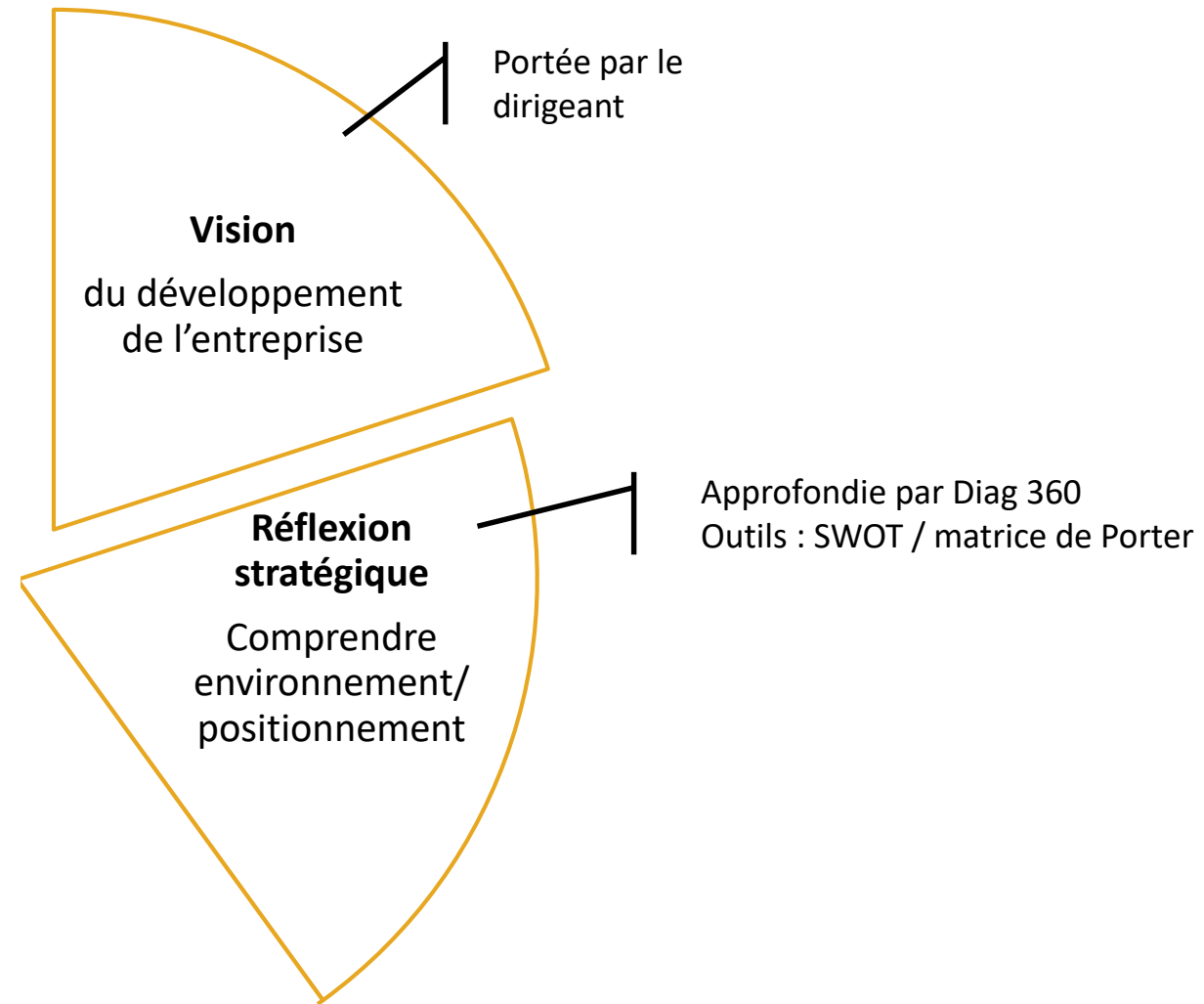
Fondamentaux stratégiques



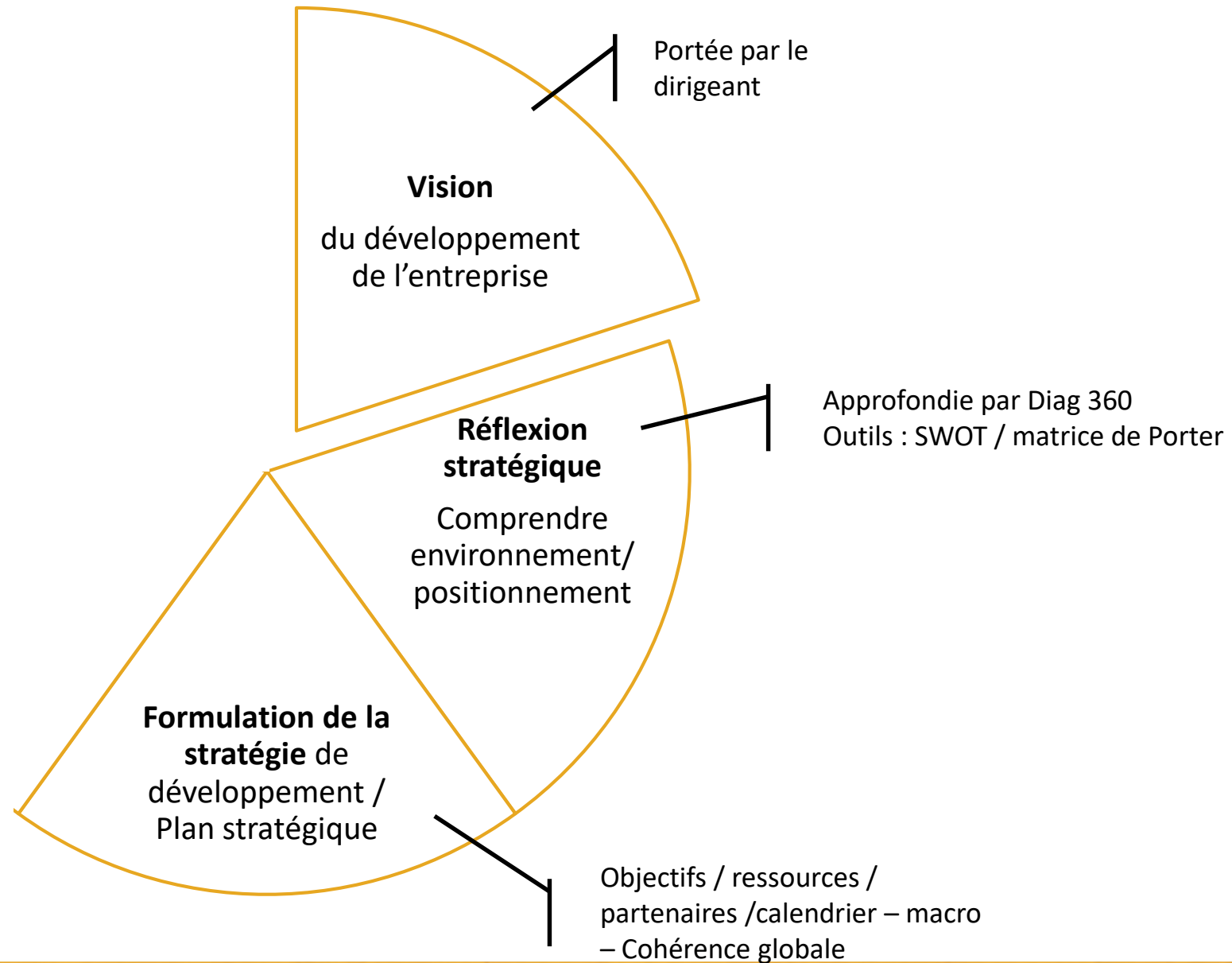
Construction d'une démarche stratégique



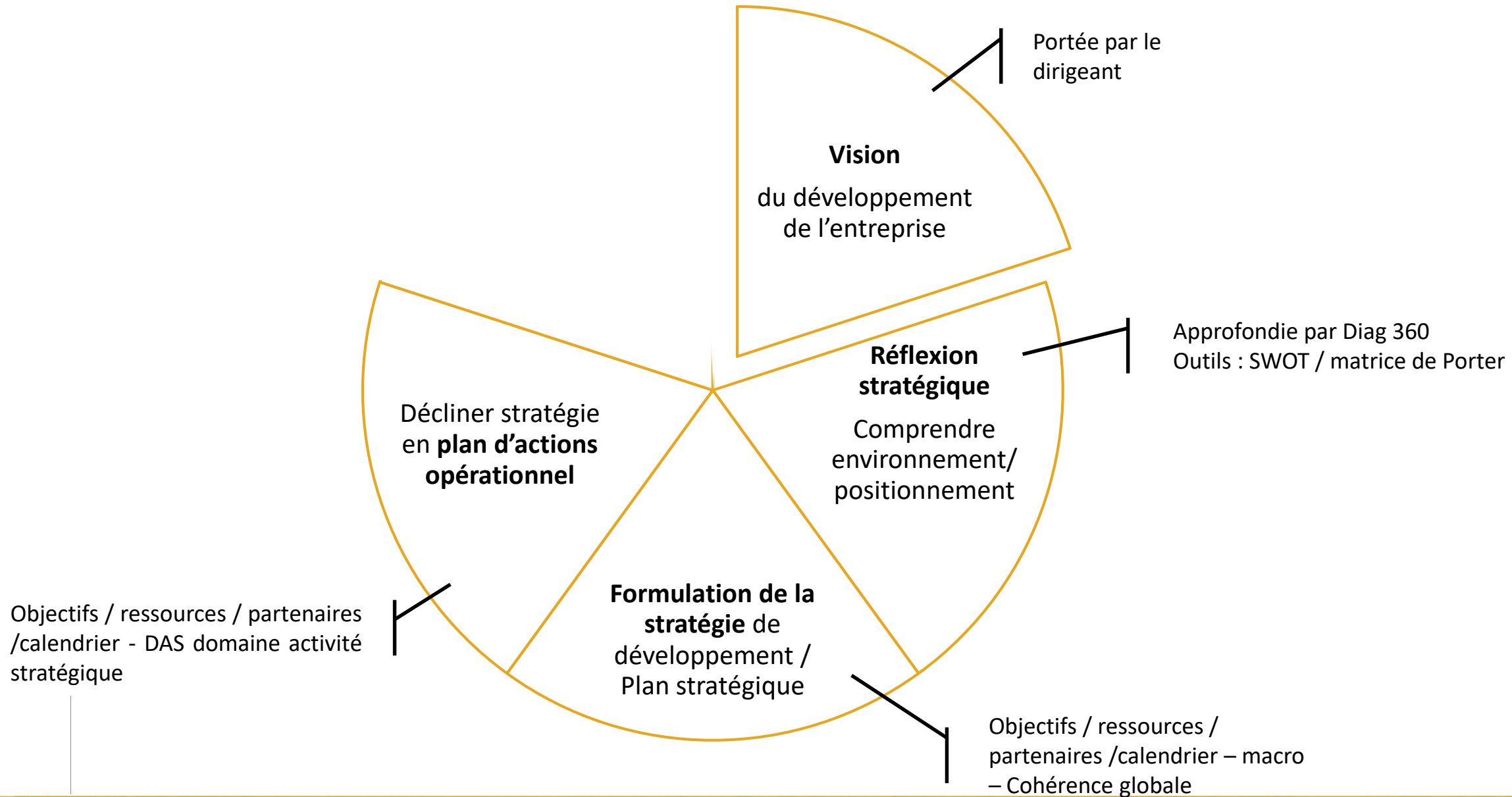
Construction d'une démarche stratégique



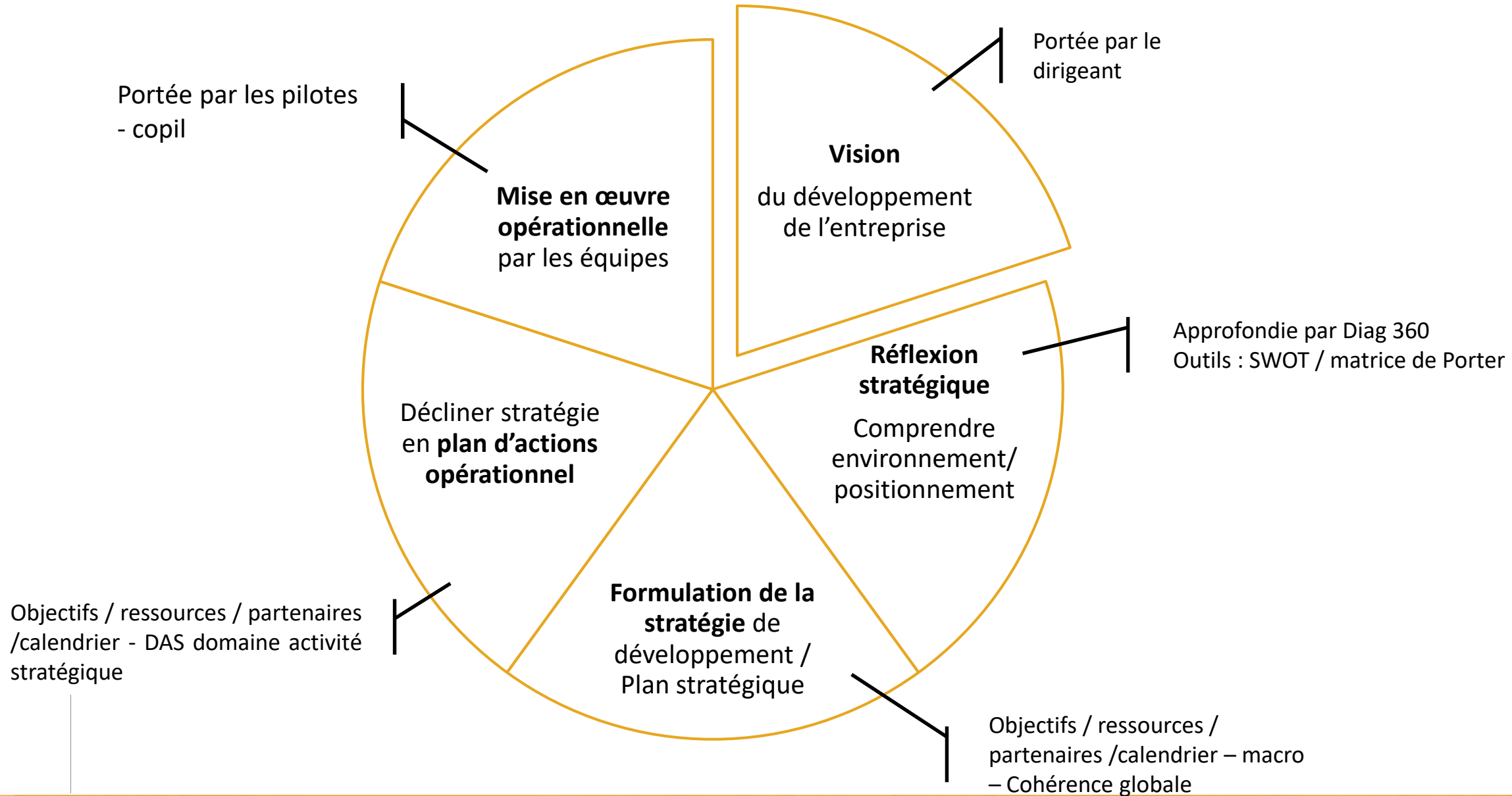
Construction d'une démarche stratégique



Construction d'une démarche stratégique



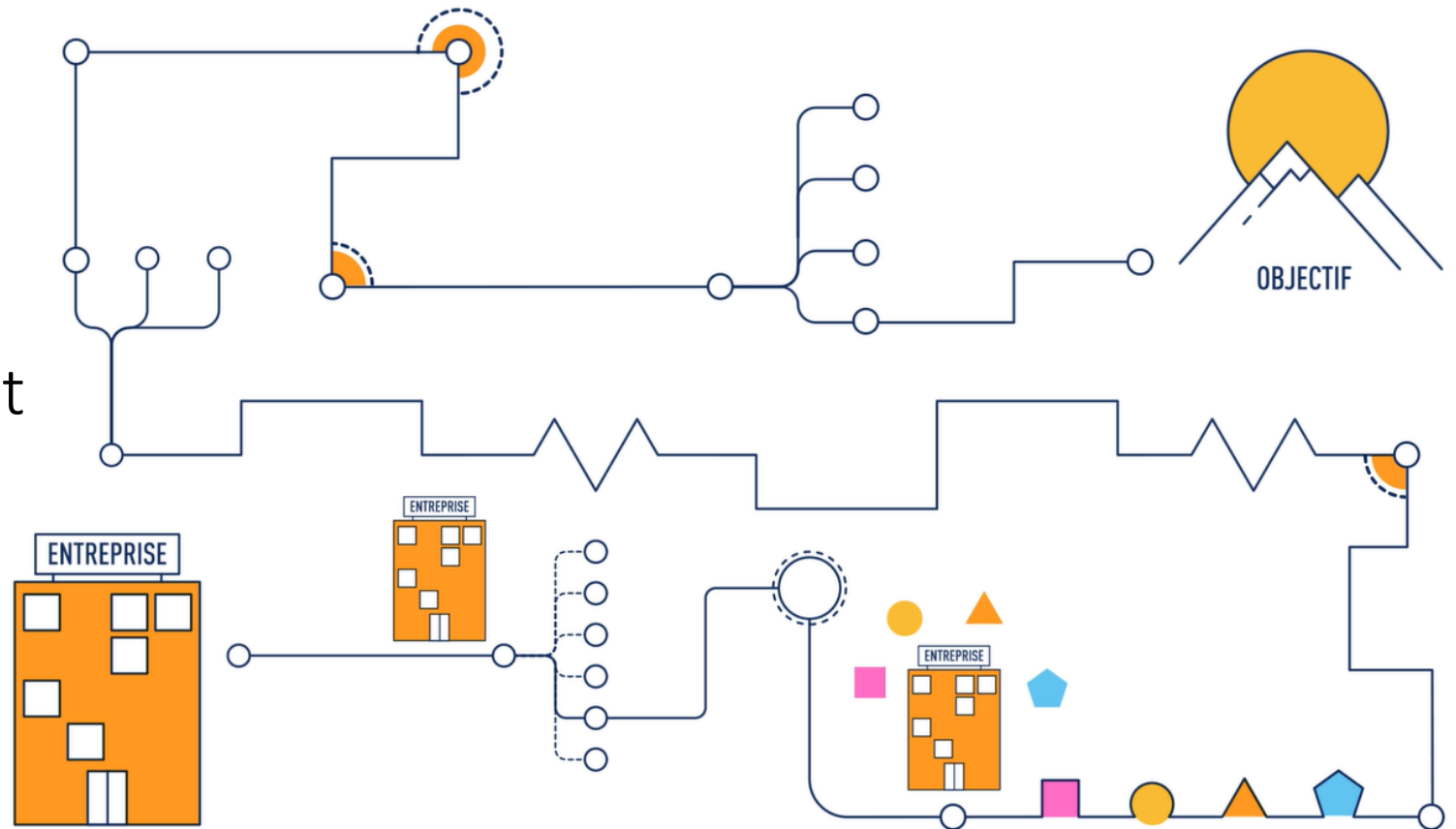
Construction d'une démarche stratégique



Vision

Stratégie de développement

Stratégie opérationnelle



Stratégie et management stratégique

Analyse stratégique

INTERNE - Métier et savoir-faire - culture d'entreprise - structure de l'organisation
Gouvernance

EXTERNE GLOBAL / Notion d'intelligence économique - Environnement
CONCURRENTS / Positionnement concurrentiel – avantages concurrentiels
MARCHE-CLIENTS / Segmentation - valeur ajoutée

STRATEGIE / Développement d'entreprise
- Choix des activités stratégiques - recentrage/diversification/pivot -
- Faire ou faire faire ou faire avec - croissance interne/ externe/ partenariat

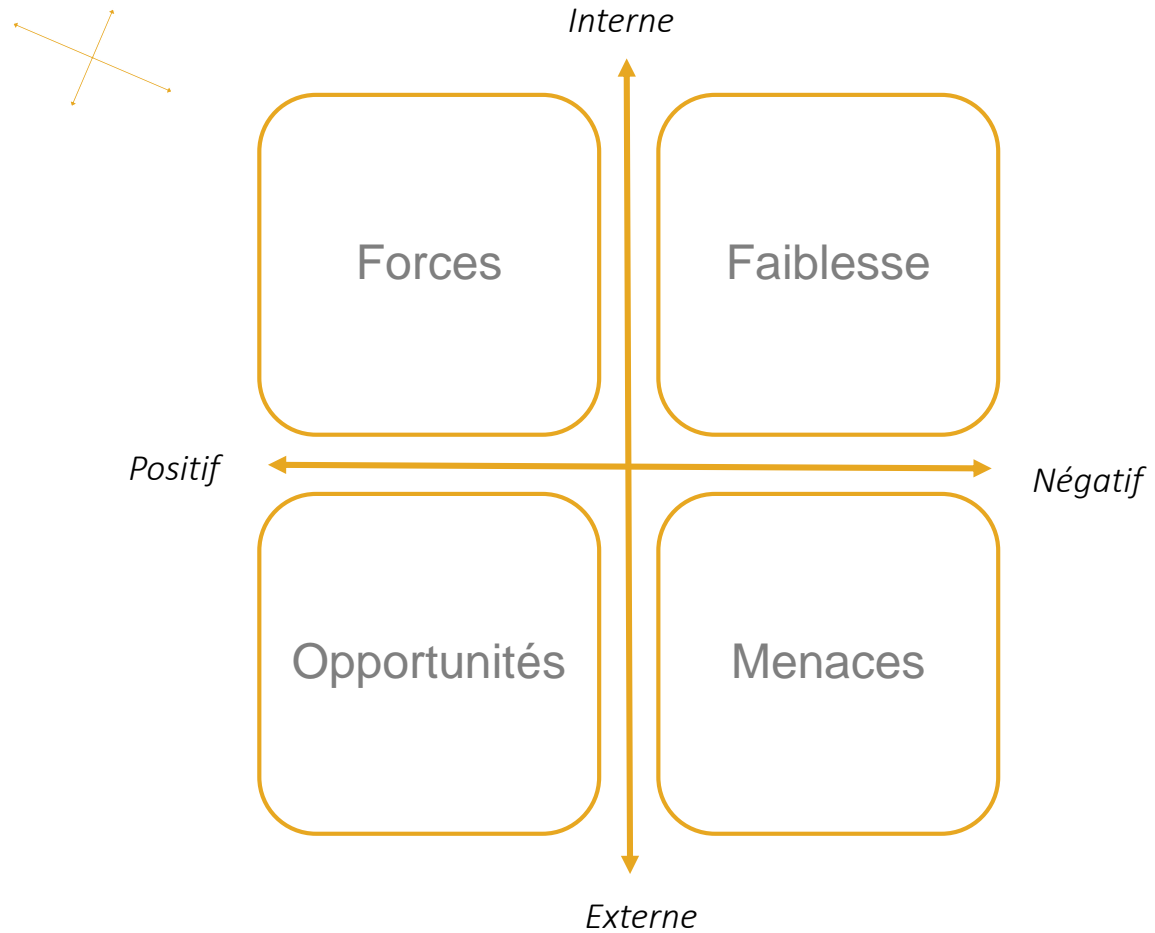
Modèles stratégiques : outils SWOT, Matrice Porter et analyse concurrentielle. BMC.



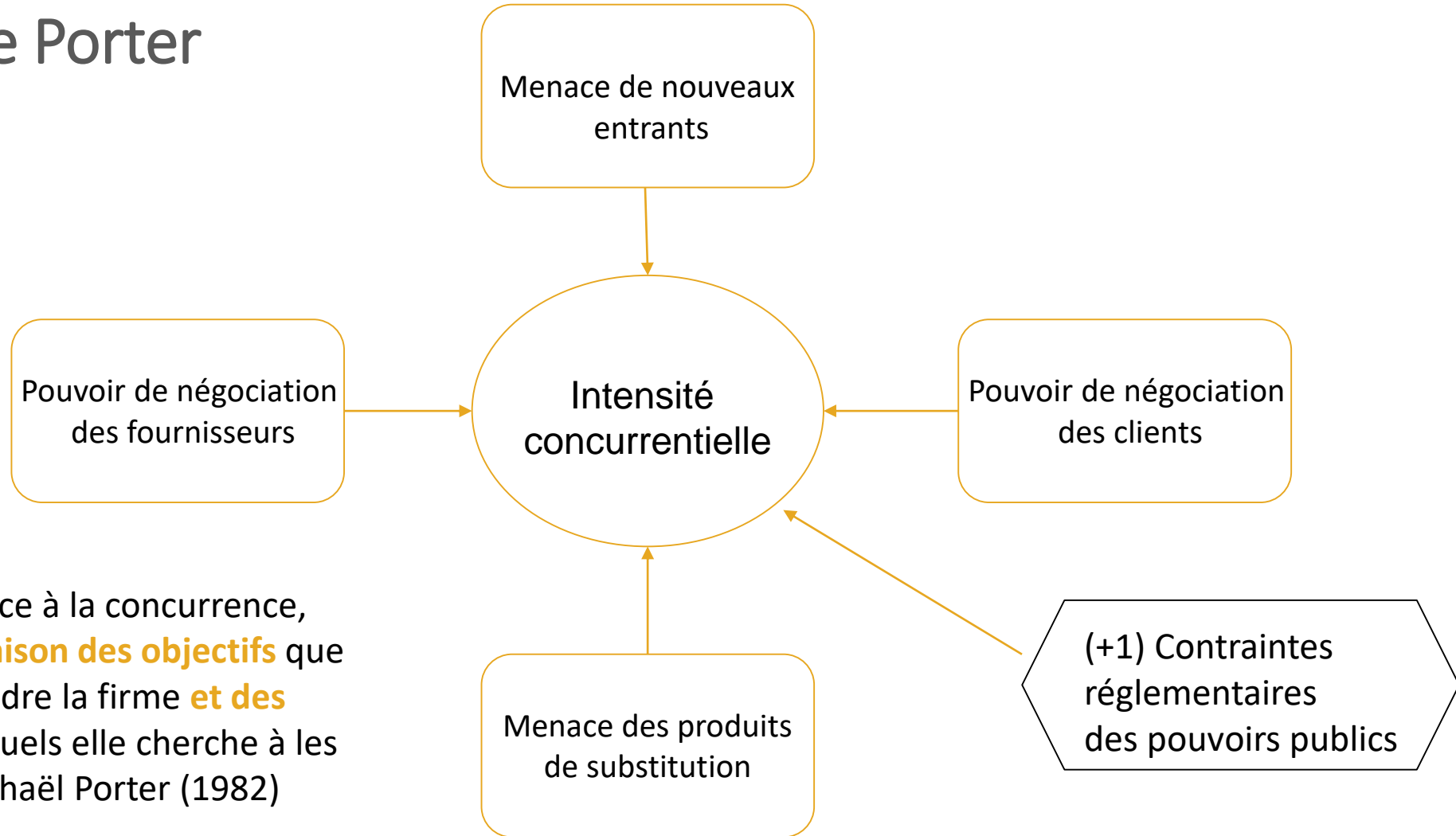
Forces et faiblesses :

- De l'entreprise
- Du projet innovant

Un outil : la matrice **SWOT**



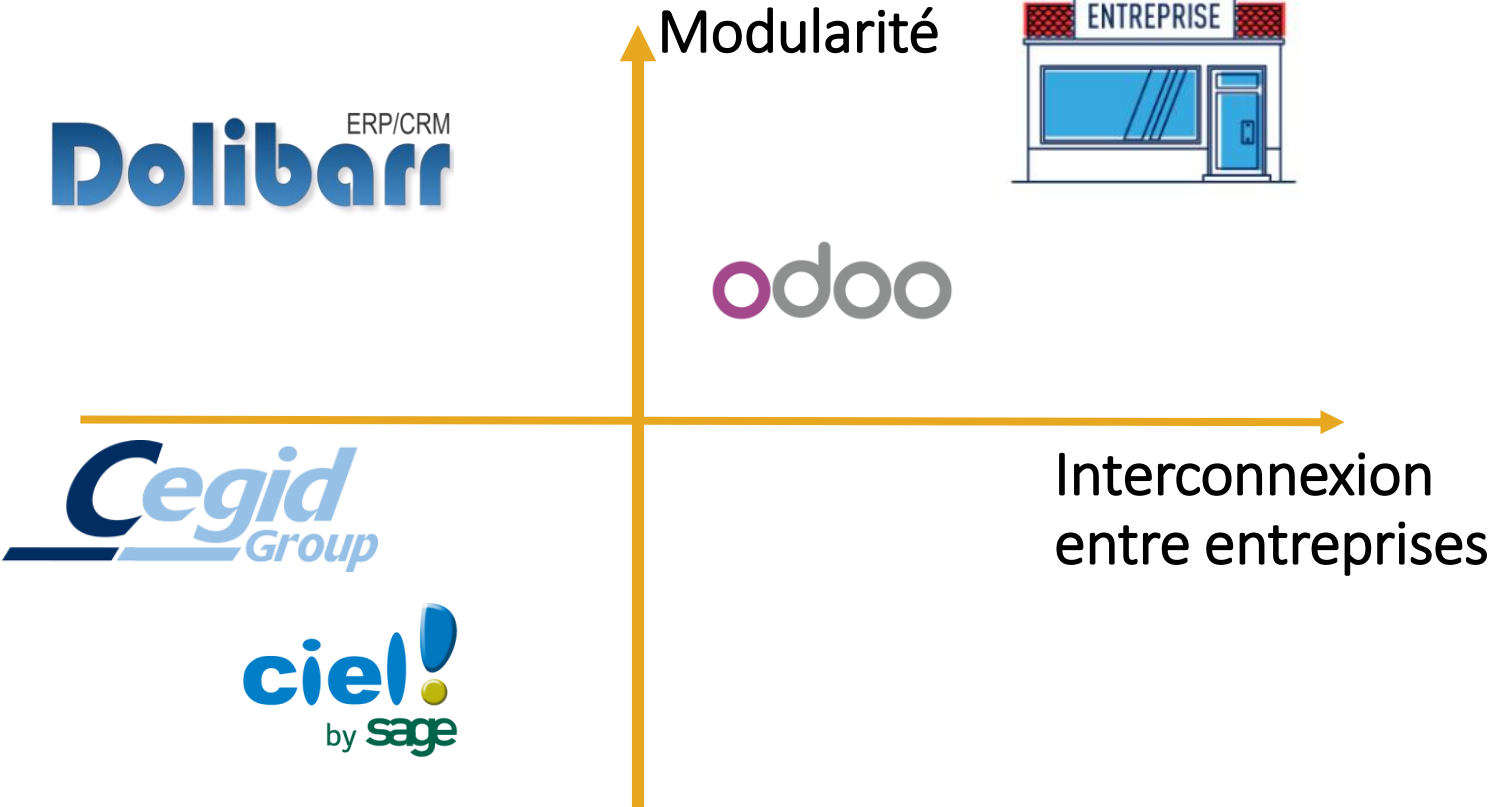
Matrice Porter



« La stratégie, face à la concurrence, est une **combinaison des objectifs** que s'efforce d'atteindre la firme **et des moyens** par lesquels elle cherche à les atteindre » Michaël Porter (1982)



Positionnement Concurrentiel



Segmentation



Priorisation

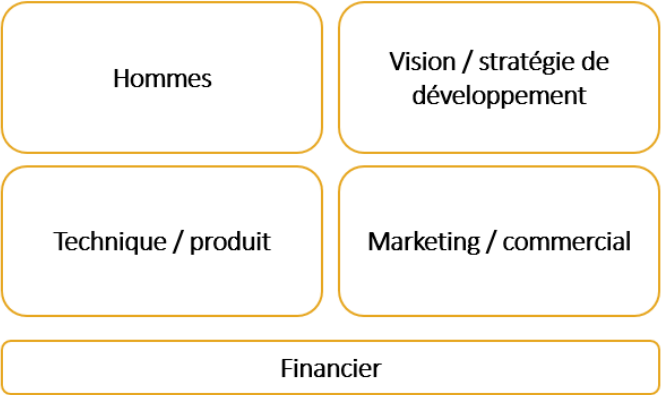
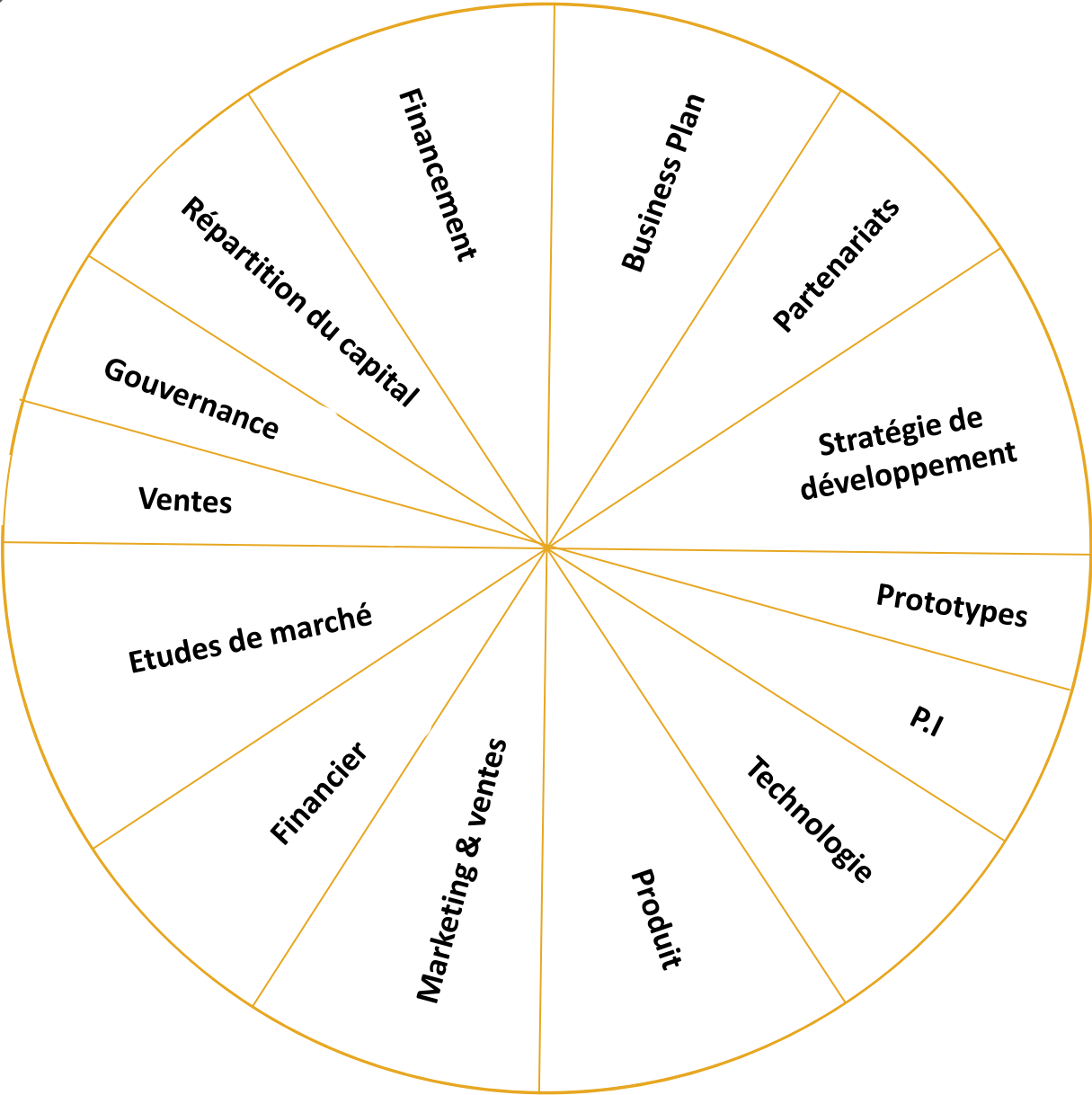


Business Plan



Composantes de la startup

bp



Business plan

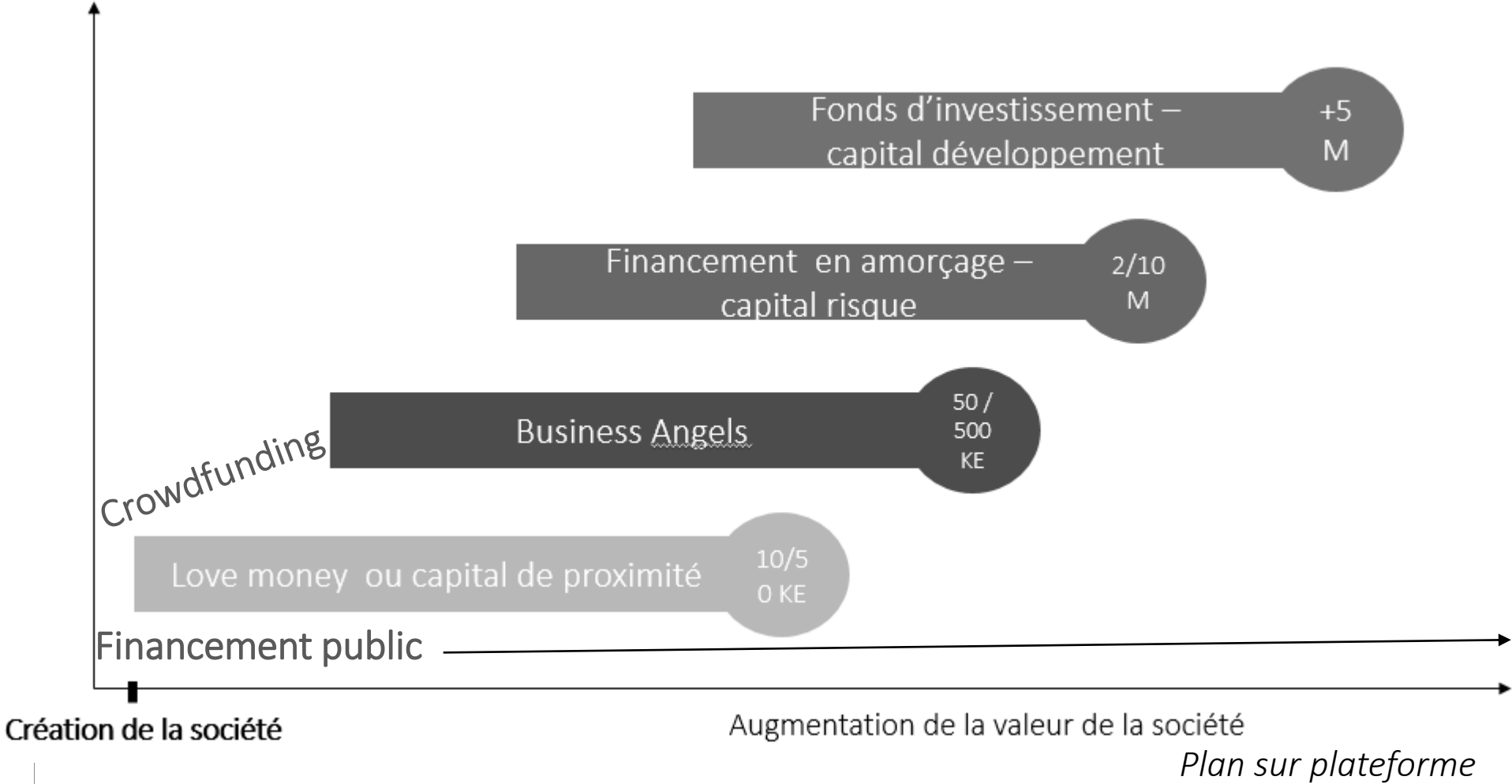
- Formulation et structuration **qualitative** et **quantitative** du projet innovant.
- But : présenter la finalité du projet, les objectifs, la stratégie, les voies et les moyens pour réussir
- Il doit permettre de comprendre l'opportunité pour le projet innovant de réussir dans un environnement industriel existant

Sa **diffusion** doit être limitée et évaluée !

Plan sur plateforme



Financement



Plateforme

<http://www.missmandarine.com>





AGENDA

RÉUNION MANDARINE CODI

Echanges sur la stratégie et le développement Mandarine Codi et Miss...

[Voir l'agenda >](#)

WORKSHOP - EXEMPLE

Exemple de date Miss Mandarine Date :...

[Voir l'agenda >](#)

MES APPRENANTS

Patrick Conchou

Groupe : Miss Mandarine

DRH Demo

Groupe : Miss Mandarine

Florence Datcharry-Sirven

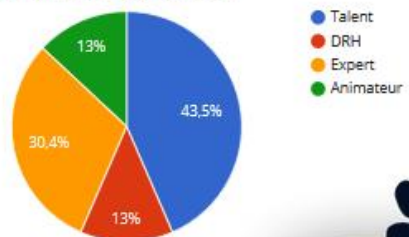
Groupe : Démo

Marielle Charpin

Groupe : Hespérides

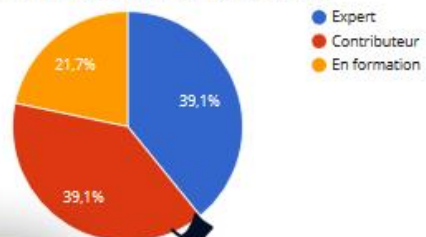
SUIVI GLOBAL

Répartition des utilisateurs



SUIVI

Statut d'implication des utilisateurs





MISS
MANDARINE



Tableau de bord



Espace
Formation



Espace
Communautaire



Agenda



Suivi

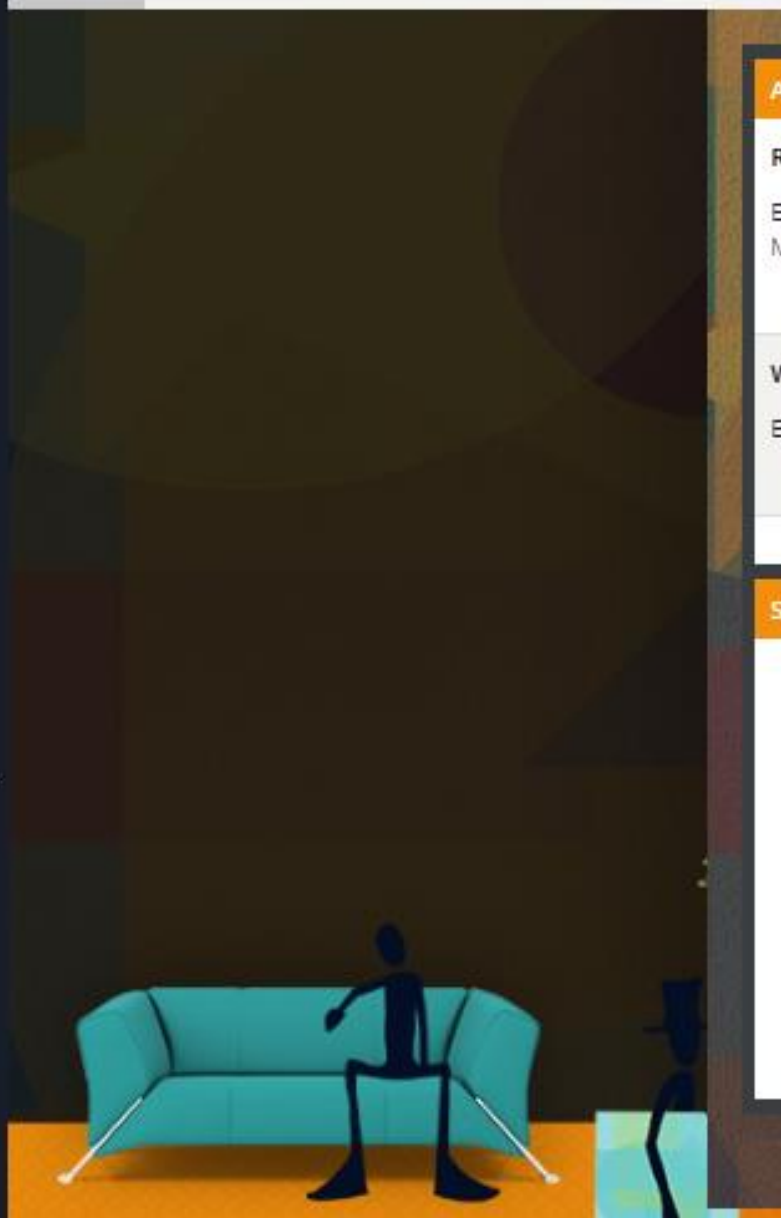


Auto
Evaluation



Références
Scientifiques

CGV
Mentions légales
Contact Miss Mandarine



A

RI

Ec

M

W

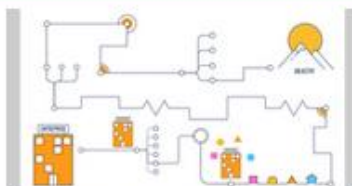
Ex

St





THÈMES



La stratégie de...
Etat : En cours



Je monte ma startup -...
Etat : En cours



Je monte ma startup -...
Etat : En cours



Poursuivre un objectif
Etat : En cours



La startup, une...
Etat : En cours



La coquille...
Etat : En cours



Principes de...
Etat : En cours



La métaphore de...
Etat : En cours



Les 11 chameaux
Etat : En cours

CAS PRATIQUES



SMU - Le business plan
Etat : En cours



SMU - L'équipe
Etat : Non visioné



SMU - Le manager
Etat : Non visioné



SMU - Les fondateurs
Etat : Non visioné





Finaliser la formation >


Ajouter un commentaire

Joindre un fichier


Répondre






 Annuaire de la communauté

FORUMS




Equipe Miss Mandarine >



Discussions publiques >

MISS MANDARINE



Miss Mandarine >



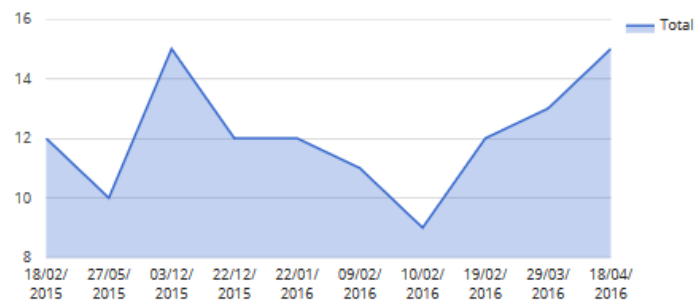


AGENDA						
Jun 2017						
Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13 RENDEZ-VOUS TRIPARTIE 1 ...	14 SHARING MEETING N°1	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		





GRAPHIQUE



QUESTIONNAIRE

Dans quelle mesure vous sentez-vous utile à votre startup ?

0 / 5

Quel est votre niveau de compréhension du monde startups ?

0 / 5

Dans quelle mesure vous sentez vous intrapreneur ?

0 / 5

Dans quelle mesure les concepts que vous avez appris dans Miss Mandarine sont-ils utiles dans votre quotidien professionnel ?

0 / 5

Dans quelle mesure arrivez-vous à prendre du recul sur vos pratiques professionnelles ?

0 / 5

Enregistrer >



Posture d'accompagnement



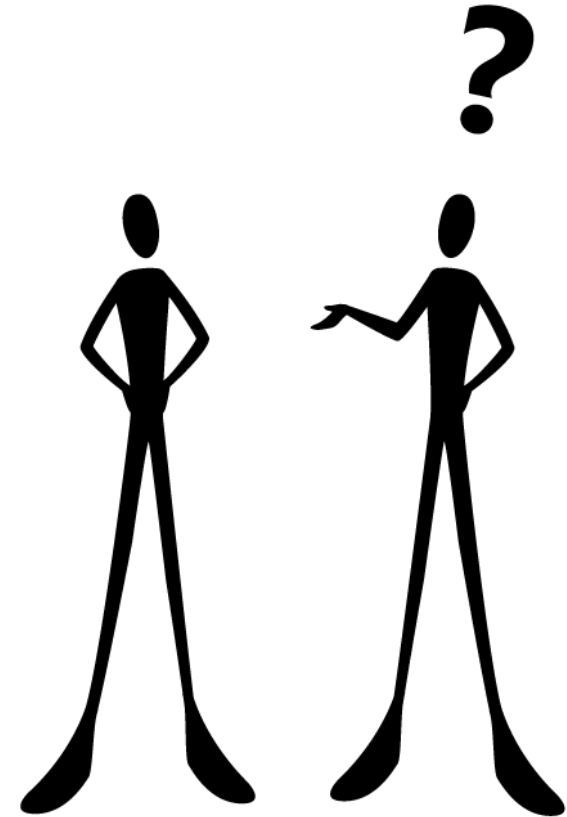
Principes de base de l'accompagnement

Socrate parlait de « *L'art de faire accoucher les esprits* ».

Ecouter,

Poser des questions même naïves,

- l'interlocuteur peut identifier ses manques de précisions des contradictions dans ses raisonnements.

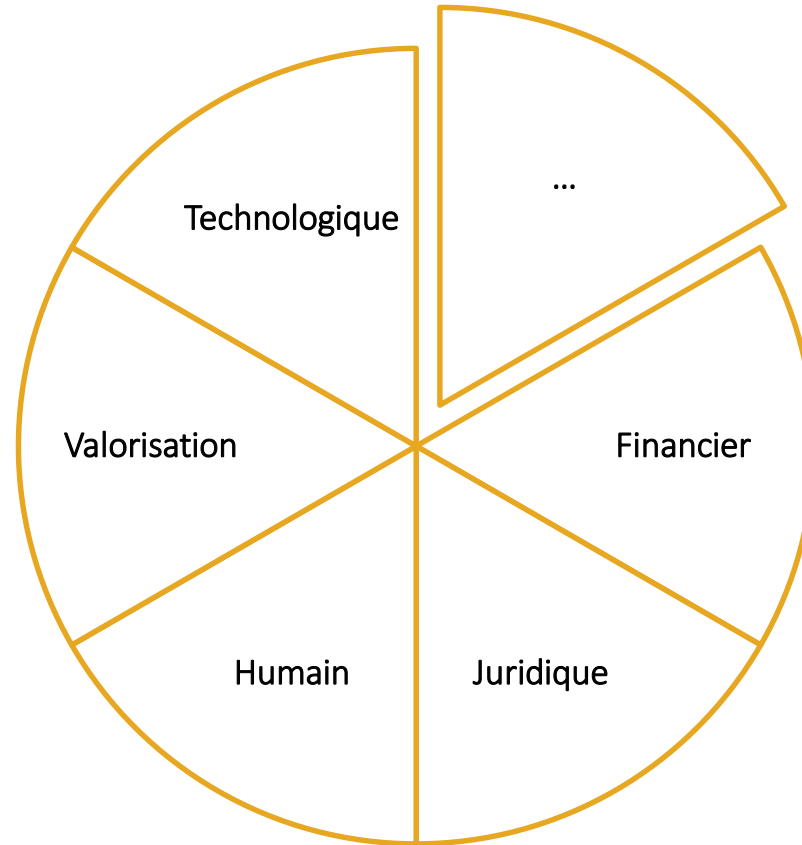


Accompagnant ?

Parrain
Mentor Tuteur
Consultant
Conseiller Compagnon
Egérie Sponsor
Coach



Accompagnement généraliste VS accompagnement spécialiste



Amener les personnes à se rendre compte que,
alors qu'elles croyaient savoir, elles ne savaient pas.



Notre vision de l'accompagnement

Se joindre à quelqu'un, pour aller où il va, en même temps que lui , à son rythme, à sa mesure, à sa portée.

L'action se règle à partir de l'autre, de ce qu'il est, de là où il en est.

Se joindre à quelqu'un : dimension relationnelle forte
Etre-ensemble qui introduit la notion d'appartenance,

Pour aller où il va : dimension temporelle et opérationnelle.





Relation et cheminement :
ÊTRE AVEC ET ALLER VERS.

Posture dans les pratiques d'accompagnement

Bienveillant

Ecouter - Questionner

Proposer des solutions

*Création d'entreprise
+ innovation*

*Argumenter
Poser des hypothèses*

*Son choix
Adhésion/appropriation*



Accompagner...

Ce n'est pas...

Savoir ce qu'il faut faire
à leur place.

C'est...

Les faire réfléchir.



Accompagner...

Ce n'est pas...

Les orienter sur une piste de développement qu'on imagine être la bonne.

C'est...

Les aider à prendre du recul.



Accompagner...

Ce n'est pas...

Imposer sa vision de la
stratégie.

C'est...

Nécessité de
compréhension et
appropriation par le
dirigeant.



Accompagner...

Ce n'est pas...

Imposer une stratégie
même si on est sûr d'avoir
raison.

C'est...

Qu'est ce qui vous permet
d'être sûr que c'est la bonne
stratégie ?



Accompagner...

Ce n'est pas...

Vous êtes sûr que c'est la bonne stratégie parce que vous l'avez observé avec succès 10 fois.

C'est...

Qu'est ce qui vous permet de penser que la 11ème fois sera à l'identique ?



Accompagner...

Ce n'est pas...

Vous allez par votre
fonction impressionner
votre interlocuteur.

C'est...

Ne pas prendre l'ascendant
pour autant.



Accompagner...

Votre mission :

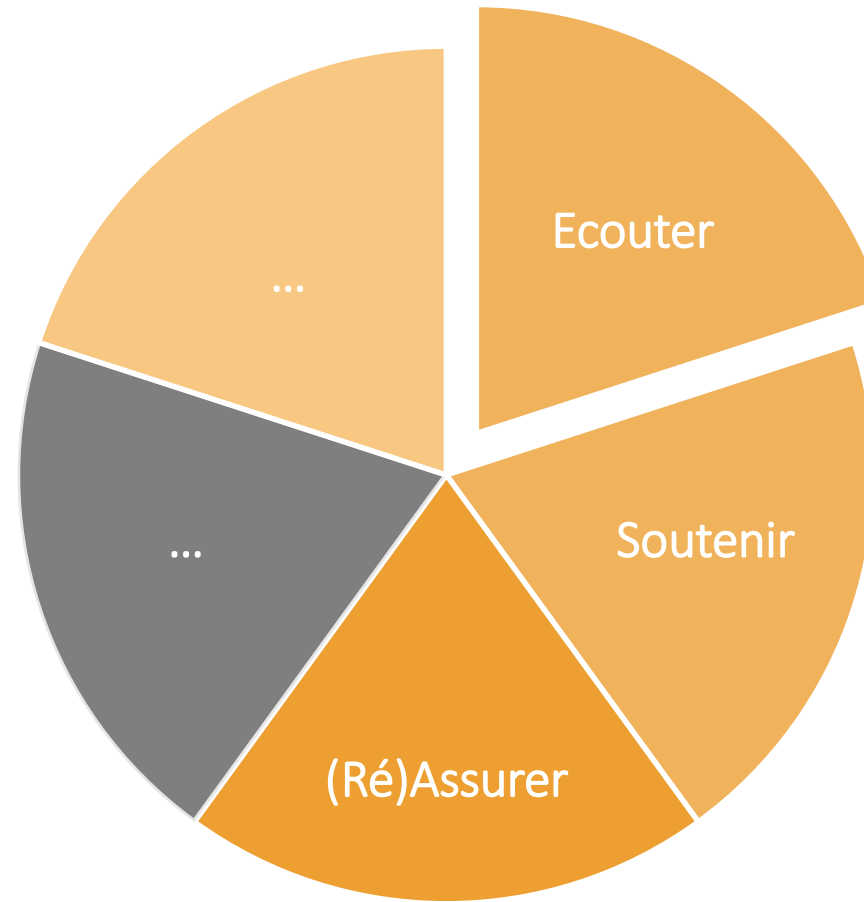
Etre force de proposition du
champ des possibles.

Contributeur / homme
ressource.

Expert sur la zone de
compétence.



Besoins du porteur de projet



Rôle de l'accompagnant



Vos cas Pratiques



Conclusion



Cas de startups

- REACTIVITE et INDULGENCE – BIENVEILLANCE
(vu lors du pitch Startup)
- ECOUTE et QUESTIONNEMENT - FORCE DE PROPOSITION
(vu en Workshop Evènementiel 1)



Prochain Workshop Evènementiel

29 aout 2018 – Timonerie



Merci de les aider !

