



## Workshop individuel

11 et 12/09/2017

Frederic Pradeilles – Jean-Claude Souyris

# 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 ce stade...

Que reprenez vous de *Miss Mandarine* ?



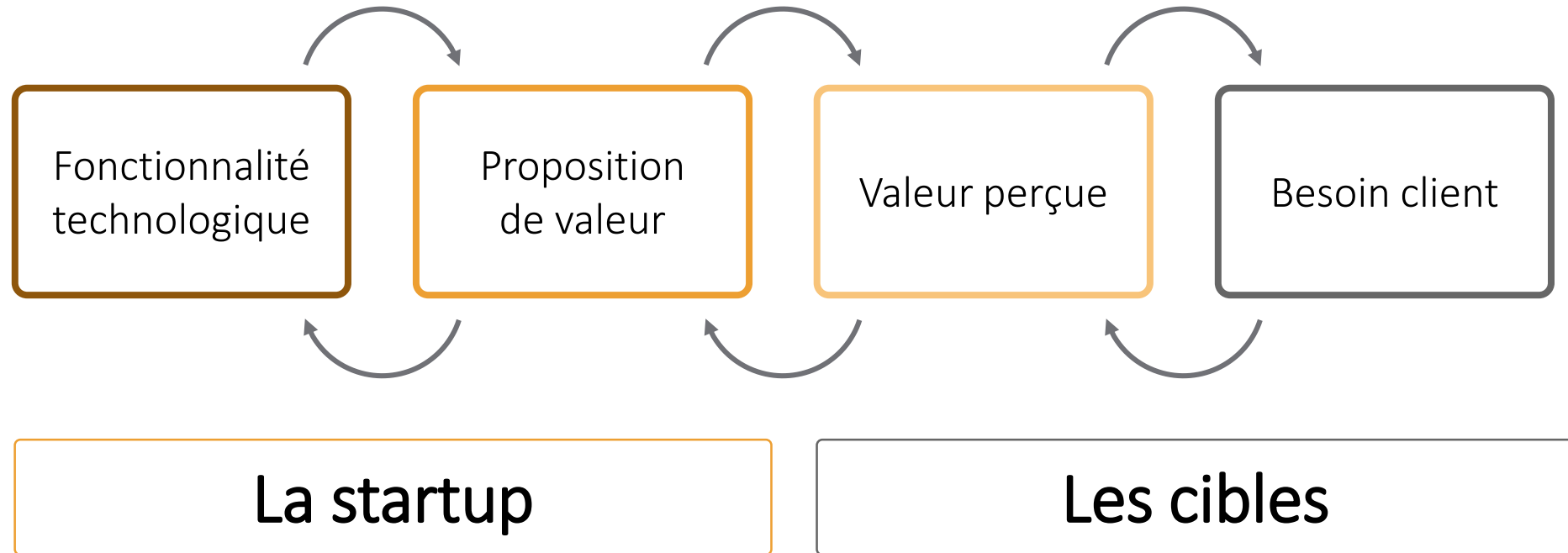
# Agenda de la matinée

## La proposition de valeur

- Développer sa compréhension des clients avec les « Personae »
- Construire une proposition de valeur – **Proposition Value Design**



# 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  
Habitue de consommation (vin, whisky)



## FEMME

40 ans

Dynamique

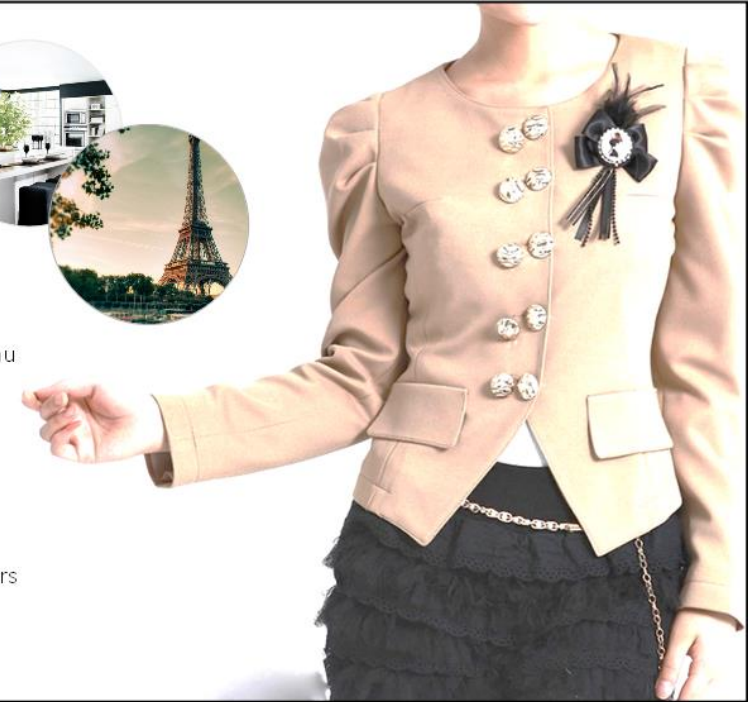
Besoin de sentir qu'elle consomme  
mieux  
Aime découvrir de nouvelles saveurs

### 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	N	F	P
(76 %)	(5%)	(52%)	(64%)
Extraversion	Intuition	Sentiment	Perception



# Utiliser un persona

Personnifier le client/ utilisateur pour rendre concrète la réflexion.

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

- **Découverte du produit** : quel est son quotidien ? Quelles sont ses problématiques ? Quels sont ses besoins ? 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**



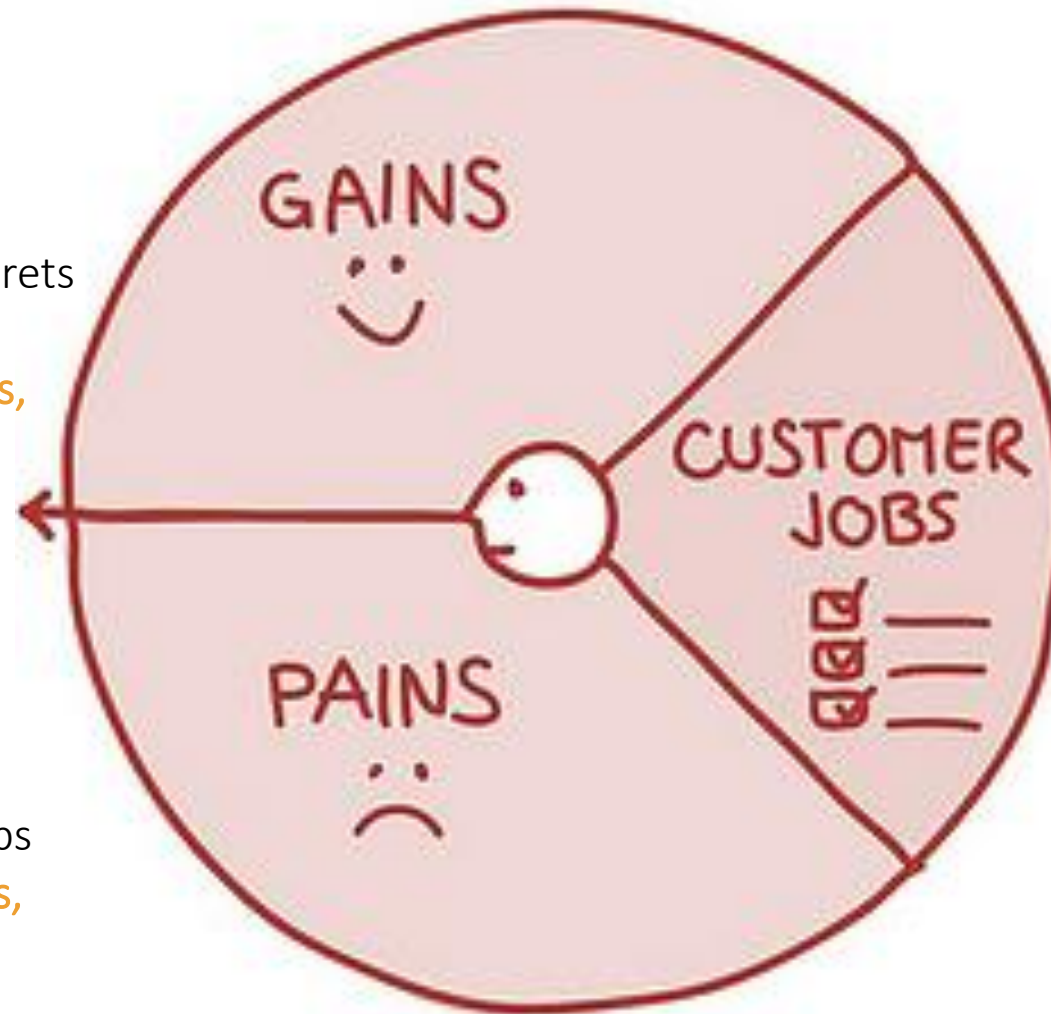
# Profil du client

**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, professionnelles



# Carte de la valeur

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

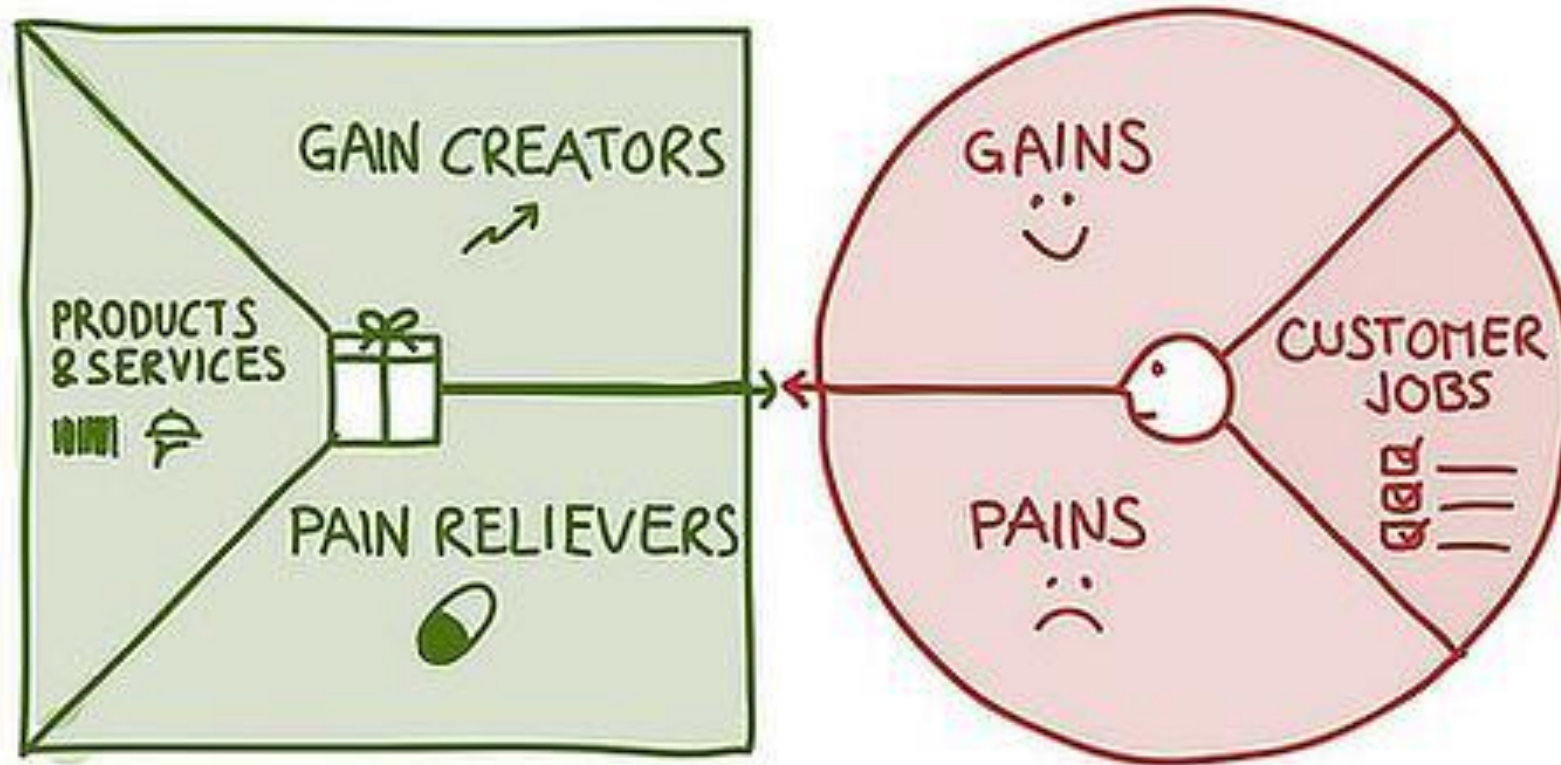
**Products & services :** liste des produits / services sur lesquels se fondent la proposition de valeur



**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



**Compréhension et  
empathie** profonde  
des clients  
(Personae)

**Cohérence et  
adéquation**  
entre besoins /  
attentes /  
proposition de  
valeur

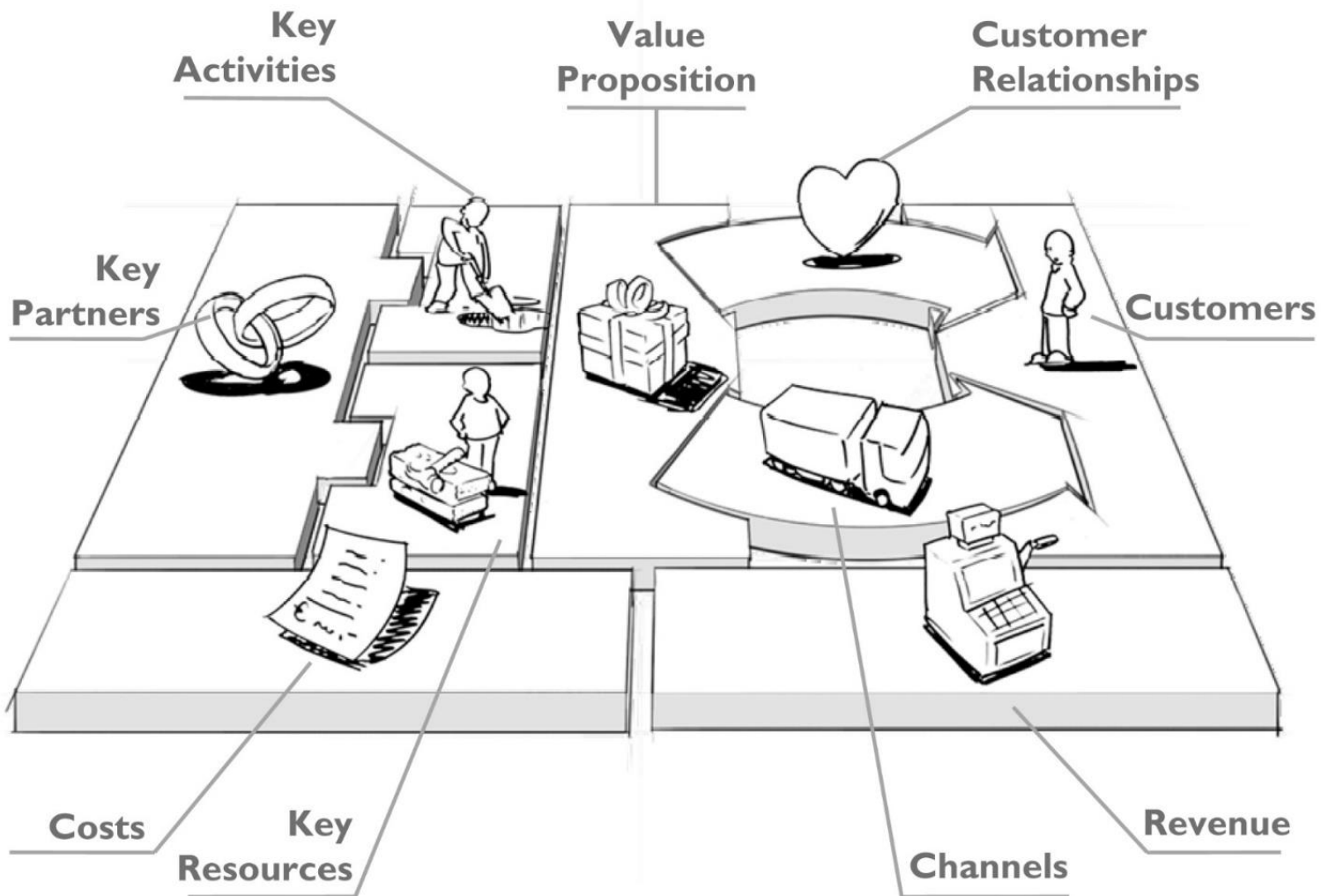


Prochaine étape...

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



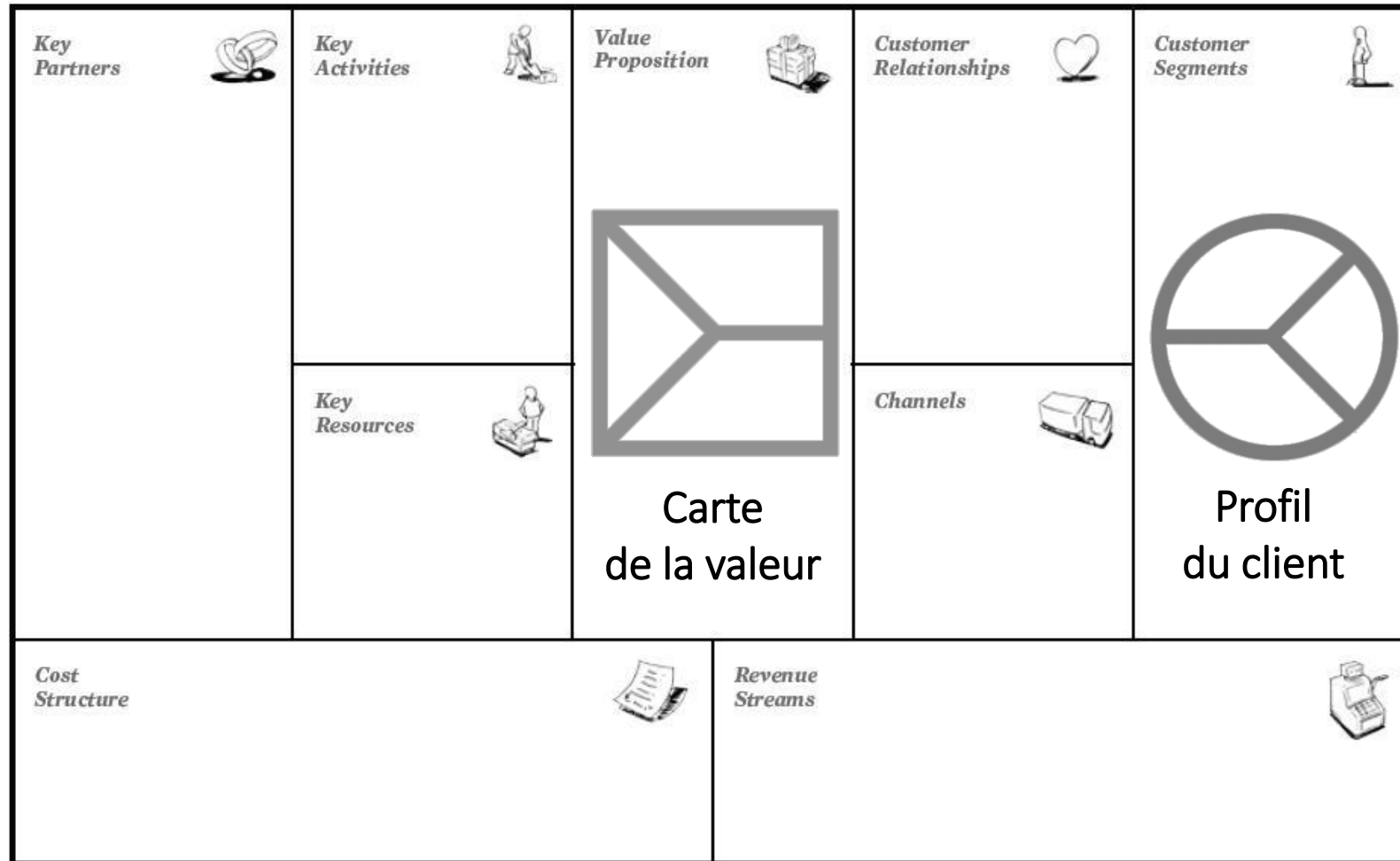
# Business Model Canvas



drawings by JAM



# Une première étape



Merci de les aider !

