

Eurêka ! J'ai une idée !!

L'idée n'est-elle qu'un mythe ?

L'aventure de toute startup commence dans presque 100% des cas par une idée, ou un embryon d'idée. Mais comme pour toute genèse, ce point de départ est bien souvent un mythe... "Il était une fois, un groupe d'entrepreneurs qui eut une idée révolutionnaire. Ils lancèrent leur startup et eurent beaucoup d'investisseurs..."

Evidemment, comme tout mythe, celui-ci mérite d'être combattu pour offrir à chaque entrepreneur une vision plus réaliste de l'histoire... En effet, sur le terrain et dans la "vraie vie des entrepreneurs": ce n'est pas l'idée qui fait le succès d'une startup !

Plusieurs trajectoires illustrent ce propos :

- L'idée seule ne suffit pas, beaucoup sont ceux qui avaient l'idée (avant tout le monde, évidemment) de Facebook, de Groupon, de Tinder, de Meetic, de Critéo, de Sunrise, de Stripe, de Zinga... peu sont ceux qui ont mené leur projet à bien...
- De nombreux entrepreneurs qui réussissent ont changé d'idée en cours de route ;
- Des dizaines d'entrepreneurs se lancent sur des idées qui semblent au départ "pas si géniales" et qui réussissent !

“ Genius is
1 % inspiration and
99 % perspiration

Thomas A. Edison

”



Se lancer, ok. Mais peut-on se forcer à trouver une idée ?

Nombreux sont celles et ceux qui se disent, au bout de la 15^e ou 20^e idée avortée, qu'il faut attendre le vrai, le bon, l'ultime projet dont on est sûr à 100% qu'il fera l'unanimité... et qui finalement ne deviennent jamais entrepreneurs: c'est probablement la plus grosse cause d'échec en entrepreneuriat! Cela vient sûrement de la croyance que l'idée détermine la réussite du projet. Pour se lancer un jour, il est primordial de se convaincre que l'idée du siècle n'existe pas... alors autant ne pas attendre 100 ans pour se lancer!

Inutile donc de vouloir chercher l'idée parfaite. Néanmoins, pour vous lancer, il faut tout de même une direction, car *a minima* l'idée de départ va servir d'intuition forte et de "poussée dans le dos" pour vous aider à vous mettre en mouvement.

Sauf à ce que l'idée ne s'impose à vous naturellement (cela arrive, rassurez-vous, par exemple dans le cadre de votre job actuel, ou au gré d'une rencontre), il va falloir mener une phase plus consciente de "recherche d'idée". Voici quelques pistes.

Choisissez un marché et enquêtez sur ses manques

Prenez les quelques marchés qui vous attirent ou ceux sur lesquels vous avez des compétences particulières. Ensuite, explorez ce marché en posant des questions à ses différents acteurs, en mode "découverte". Votre mission ? Trouver des personnes qui connaissent bien le secteur en particulier, découvrir leurs problèmes et identifier leurs besoins. Ce travail est une très bonne base pour trouver une idée à creuser !

Copiez !

En création d'entreprise, et dans le web en particulier, il est bien compliqué d'inventer quelque chose de A à Z... En général, les innovations sont plutôt incrémentales, et se font par petites touches. Si vous n'avez pas d'idée, ne cherchez pas plus loin, copiez (bon, ok, inspirez-vous en fortement) la dernière startup à la mode ! C'est ce que l'on appelle la pratique du Copycat, qui consiste à tenter de reproduire ici ce qui marche déjà là-bas (par exemple, dans la Silicon Valley :)).

Stat en provenance
de notre fin limier l'Expert Masqué :

“ Pour 69%
des entrepreneurs,
la principale raison
du succès, c'est de
savoir vendre... ”

“Crunchez” de la donnée !

Il est possible d’avoir une approche “un peu” rationnelle pour trouver l’idée sur laquelle passer le plus clair de votre temps (et de votre énergie) ces prochaines années... Commencez par définir une grille de critères qui vous feront pencher en faveur d’une idée plutôt qu’une autre (taille de marché, B2B vs. B2C, technicité... par exemple) puis passez en revue beaucoup de modèles différents, issus de recherches dans les grandes études de marché ou de tendances: Forrester, Gartner, PAC, grappes d’innovation, marchés en plein essor...

x	Idée 1	Idée 2	→
B2B	1		
Taille de marché importante	2		
Faisabilité technique	1		
Capacité des associés à trouver le premier client	0		
Temps de dév nécessaire	3		
Intensité concurrentielle	2		
Intérêt perso pour le sujet	3		
Faisabilité “en France”	1		
↓			



Quelques sites utiles pour trouver son idée

- ✦ **Concours de startups :**
Crunchies - TC50
- ✦ **Grands Blogs “Tech” :**
Techcrunch - PresseCitron
- ✦ **Listes de levées de fonds :**
Angellist - Gust
- ✦ **Accélérateurs US & Co :**
YCombinator - TechStars - Seedcamp
TheFamily - Paris&Co - 50Partners
- ✦ **Plateformes de Crowdfunding :**
KickStarter - Ulule - SmartAngels
- ✦ **Sites de tendances :**
ProductHunt - BonjourIdées - HelloBiz



“

Une grille pour classer ses idées et faire émerger celle qui fonctionnera pour moi ? Adaptez la vôtre à partir de ce modèle et pensez à bien choisir vos critères (autant personnels que très objectifs sur le marché) et à appliquer une notation efficace, par exemple de 0 (nul) à 3 (top) !

”

Comment valider son idée ?

Même si l'idée ne fait pas tout, il faut reconnaître qu'il existe au départ certaines idées qui vont avoir un peu plus de potentiel que les autres.

Il en existe aussi dont on peut dire assez rapidement qu'elles sont... mauvaises. Voilà quelques pistes pour, très tôt, passer votre idée de projet à la moulinette :

Il n'y a absolument personne sur votre idée

C'est sans doute le signe que votre idée n'en est pas vraiment une, et que si personne n'a pris la peine d'essayer, c'est que c'est peine perdue. Ou alors qu'il est très, très tôt encore et qu'il vous faudra évangéliser pendant longtemps vos clients potentiels. Et ce, la plupart du temps au plus grand bénéfice de ceux qui se lanceront plus tard que vous et profiteront de votre travail d'éducation du marché. Prêcher dans le désert est un métier ingrat et rarement couronné de succès.

Il y a énormément de monde sur la même idée que vous

Aïe, c'est un peu l'inverse du point précédent : vous partez sans doute un poil trop tard, et risquez que toutes les places (en gros, les 45 meilleures) ne soient déjà prises.

Sans doute l'idée n'est-elle pas à jeter et il faudra la faire évoluer pour focaliser vos efforts sur une niche particulière.



La Checklist : Valider une idée en pratique

- Parlez le plus possible et le plus tôt possible de votre idée, à des personnes en situation de comprendre le projet et le secteur d'activité.
- Trouvez quelques personnes prêtes à devenir vos premiers clients (et nous ne parlons pas de vos cousins ou meilleurs amis!).
- Sur un projet "web", faites une page de présentation – la fameuse landing page – sur laquelle vous présentez votre produit ou service en proposant aux visiteurs de laisser leur adresse email s'ils sont intéressés... et tâchez ensuite d'en convaincre certains.
- Identifiez au moins 3 concurrents "indirects" qui fonctionnent déjà et décryptez leurs forces et manières de fonctionner.
- Passez du temps à comprendre le métier de l'intérieur: faites un petit job chez un concurrent, interviewez des experts, montez un blog sur la thématique, assistez aux événements pro du secteur...

Vous ne connaissez personne dans le secteur d'activité, et n'y avez pas d'expérience

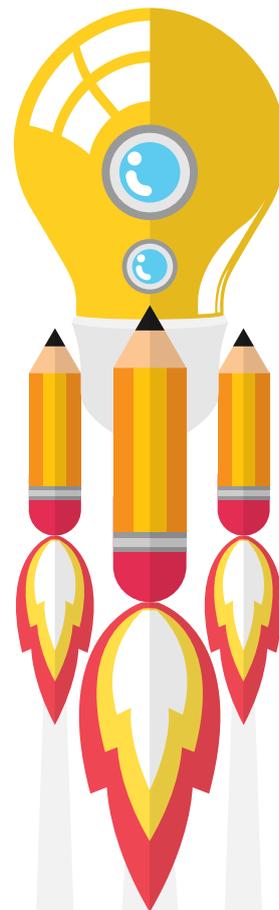
Avoir un regard neuf sur les manières de faire d'un secteur d'activité est certes un bon point, qui permet de casser les codes et d'innover. Mais c'est aussi un obstacle : il vous faudra dépenser énormément d'énergie et de temps pour arriver à percer dans le secteur et à en maîtriser les codes... Essayez de vous rapprocher de quelqu'un qui lui est bien connecté, et qui vous fera gagner énormément de temps !

Vous n'arrivez pas à convaincre quelqu'un d'être votre premier client

Au moins au conditionnel, si vous n'arrivez pas à convaincre quelqu'un (sur le secteur d'activité) que vous avez identifié l'un de ses problèmes et qu'il pourrait utiliser / acheter votre solution / offre : c'est mauvais signe ! Peut-être essayez-vous de vous convaincre tout seul que votre idée peut marcher ? Tâchez d'être plus à l'écoute des vrais problèmes et demandes de vos interlocuteurs.

Vous n'avez aucune compétence vitale pour réussir le projet

Devenir plombier (par exemple) si vous n'êtes ni bricoleur ni n'avez quelques notions de plomberie peut être extrêmement délicat (en tout cas pour vos clients, si vous en trouvez). Il en est de même pour une startup : il faut que votre équipe de départ puisse faire ce qui doit être fait pour réussir. Associez-vous, ou changez d'idée...



La protection : comment s'assurer (ah ah ah !) qu'on ne nous pique pas notre idée chérie ?

Que les choses soient claires, on ne peut pas protéger une idée ! Il est impossible de protéger quelque chose qui n'existe pas encore. Si vous partez de zéro, inutile de perdre un temps précieux dans des démarches vaines.

Bien entendu, si vous avez déjà de la matière, il est possible de déposer et protéger vos créations : marque, invention, dessin, modèle¹... Mais en aucun cas l'idée... qui elle, peut être reprise sans conteste possible par n'importe qui.

Protéger son idée par le silence ou le secret n'est pas une bonne idée !

De manière générale, ne sombrez pas dans la paranoïa à propos de votre idée. Souvent au début, les entrepreneurs n'osent pas parler de leur idée car ils ont peur de se la faire "voler".

C'est un mauvais réflexe ! L'idée n'est qu'une ligne directrice et pour la développer il vous faudra obtenir de nombreux feedbacks pour comprendre ce qui fait la force et la faiblesse de votre offre. On le verra dans un prochain chapitre, mais sachez qu'il n'y a rien de pire que de développer son produit pendant des mois pour se rendre compte qu'il n'y a pas de marché.

Alors dès qu'il vous viendra une idée, n'attendez pas, et parlez-en autour de vous !

¹ www.apce.com/pid1738/protégersonidée.html?espace=1

