

Christophe BLAZQUEZ et Samir ZAMOUM

JE LANCE MA START-UP!

Comment transformer
mon idée en succès
de A à Z

2^e édition



*Je lance
ma start-up !*

Je lance ma start-up !

Comment transformer mon idée en succès de A à Z

Auteurs: Christophe BLAZQUEZ - Samir ZAMOUM

Édition 2020

© GERESO Édition 2018, 2020

Direction de collection: Catherine FOURMOND

Suivi éditorial et conception graphique: GERESO Édition

Illustration: simon2579/gettyimages.fr

www.gereso.com/edition

e-mail: edition@gereso.fr

Tél. 02 43 23 03 53 - Fax 02 43 28 40 67

Reproduction, traduction, adaptation interdites

Tous droits réservés pour tous pays

Loi du 11 mars 1957

Dépôt légal: Mars 2020

ISBN: 978-2-35953-351-0

EAN 13: 978235953510

ISBN numériques

ISBN eBook : 978-2-37890-507-1

ISBN ePub : 978-2-37890-508-8

ISBN Kindle : 978-2-37890-509-5

GERESO SAS au capital de 160640 euros - RCS Le MANS B 311 975 577
Siège social: 38 rue de la Teillaie - CS 81826 - 72018 Le Mans Cedex 2 - France

Les « Hors collection » GERESO Édition :

- 60 minutes pour reprendre le contrôle de vos mails
- Aventure PME !
- Communiquer en situation de crise
- Concevoir une formation
- Diagnostiquer la performance industrielle
- Dire beaucoup de choses en peu de mots
- Et si on se parlait à table ?
- Être l'acteur de sa retraite
- L'intelligence créative au travail
- La banalité du conformisme
- Le grand livre des réseaux sociaux
- Libérez-vous de votre smartphone !
- Ma petite voix et moi
- Manager la performance industrielle
- Mieux vendre en B to B
- Petit manuel des techniques tordues pour réussir en entreprise
- Plouf plouf ! Ce sera toi le manager !
- Prendre la parole sans stress
- Relancer l'innovation aujourd'hui... pour préparer demain
- Réussir l'impossible
- Vivons heureux même sous la pluie !

www.la-librairie-rh.com

la librairie RH
by GERESO

Ouvrages des mêmes auteurs :

- Développez votre identité numérique
- Les nouveaux outils bureautiques gratuits

Remerciements

Nous tenons à remercier notre éditeur GERESO Édition qui nous soutient dans nos aventures littéraires depuis plusieurs années. Plus particulièrement Raphaëlle pour son suivi, son travail et Catherine pour sa confiance et patience. Cet ouvrage est un travail d'équipe, nous nous devons donc de mentionner ces deux personnes.

Nous remercions toutes les personnes qui ont témoigné dans ce livre pour le temps accordé ainsi que pour leurs retours d'expérience : Sébastien Bourguignon, Louis Carle, Clément Driollet, Cédric Giorgi, Dimitri Hommel-Viktorovitch, Raphaël Ibarboure, Etienne Portais, Philippe Rase, Emmanuel Ribes.

Merci à nos épouses Maryse et Déborah pour leur patience lors de cette période d'écriture. Nous en profitons pour leur dédier ce livre et les remercier pour leur soutien quotidien.

Christophe et Samir

Sommaire

Remerciements.....	5
Préface	11
Introduction.....	15
Chapitre 1 - Comment brainstormer sur soi-même et son environnement pour trouver ses idées	19
Quelle est la première chose à faire pour trouver une idée de business ?.....	20
Trouver une idée d'entreprise classique	22
Trouver une idée innovante ou créative.....	24
Chapitre 2 - Utiliser l'approche Lean Startup pour tester votre idée à moindre coût	29
Qu'est-ce que le Lean Startup ?	29
Quels sont les principes du Lean Startup ?.....	32
Les éléments essentiels d'une approche Lean Startup réussie	33
Témoignages	34
Chapitre 3 - Les bases pour calculer mon ROI (retour sur investissement)	45
Qu'est-ce que le ROI ?	47
Cas pratique d'un site e-commerce	49
Chapitre 4 - Savoir s'entourer et constituer son équipe	55
Mon projet semble réalisable seul, que faire ?	56

Comment créer sa culture d'entreprise ? Quelle est la signification de la mission de l'entreprise ?	57
J'ai une réticence à m'associer, que faire ? J'ai trop tendance à m'associer et à mal choisir mes collaborateurs, que faire ?.....	57
La complémentarité technique et commerciale	59
Les formes juridiques d'une start-up	60
Quelle structure juridique choisir ? SARL ou SAS ?	62
Comment ne pas confondre la mission et la vision d'une entreprise pour atteindre le succès ?	64
Chapitre 5 - Rédiger un business plan qui décroche des financements !	67
L'executive summary	68
Mission, vision et valeurs.....	69
L'équipe et les fondateurs.....	70
Utilisation du storytelling et du copywriting pour présenter votre concept	71
Décrire et mettre en avant la valeur ajoutée de mon service ou de mon produit	73
Comment décrire et analyser son marché ? Comment se distinguer de ses concurrents ?.....	74
Quel sera mon modèle économique ?.....	75
Les chiffres sans parler chinois	76
La touche magique : vous !	77
Témoignage.....	77
Chapitre 6 - Vendre et fidéliser intelligemment offline et online.....	85
Le vendeur de tapis, mythe ou réalité ?.....	86
Un follow-up et un service clientèle irréprochables.....	87
Limiter les exigences, s'affirmer et éduquer son client.....	88
Ne perdez pas de temps avec les mauvais clients.....	89
Ne dépendez pas d'un seul gros client.....	89
Vendre online	90
Fidéliser online	92
Le framework AARRR.....	93

Chapitre 7 - Communication offline et online	97
Élaborez votre stratégie de communication	98
Les outils de communication offline.....	99
Les outils de communication online.....	105
Témoignages.....	112
Chapitre 8 - Marketez vos produits et services	117
Le marketing offline	117
Le marketing digital	119
Chapitre 9 - Growth hacking : le marketing des start-up !	127
Qu'est-ce que le growth hacking ?	128
Exemples de hacks célèbres	129
Comment booster votre croissance ?	132
Chapitre 10 - L'importance du réseau pour réussir	139
Les personnes que vous devez rencontrer si vous lancez votre start-up.....	140
Comment fonctionne le réseau ?	141
Comment développer son réseau ?.....	143
Les réseaux sociaux.....	144
Le ROI de vos actions réseau	152
Chapitre 11 - Soignez votre « start-up réputation » !	155
L'identité numérique	156
E-réputation : stratégie d'influence	156
L'identité numérique globale	157
Les outils de veille	159
Attention au bad buzz.....	161
Témoignage final	163
Conclusion.....	171
Glossaire.....	173
Liste des cas pratiques	177
Liste des témoignages	179

Bibliographie	181
Webographie (sources Internet).....	183
À propos des auteurs.....	185

Préface

Voilà. Votre décision est prise. Vous allez devenir start-upper. Pas simplement entrepreneur, non, start-upper, c'est-à-dire fondatrice ou fondateur de start-up. Cela va faire plusieurs semaines, mois ou même années que vous y pensez. Le déclic sera venu d'un ami, d'un membre de la famille, de la lecture d'un article dans la presse ou juste grâce à une révélation sous votre douche ou lors d'une insomnie. Ou alors peut-être n'êtes-vous pas encore totalement sûr, et de la lecture de ce livre, vous espérez en retirer de l'aide pour confirmer cette décision.

Pour vous, cela représente un énorme changement, une grande aventure que vous imaginez comme étant la version moderne des conquistadors. Pour vos proches et votre entourage, c'est au mieux de la curiosité, au pire du dédain, et très souvent simplement de l'indifférence et de l'incompréhension. Comment leur expliquer qu'une start-up, ce n'est pas comme n'importe quelle entreprise ? Comment leur expliquer que ce choix de lancer une start-up, c'est une nécessité qui est dictée par l'opportunité qui est visée, et que ce n'est pas pour céder à une quelconque mode actuelle de lancer sa start-up ?

Car en 2018, lancer sa start-up est à la mode. Devenir start-upper, c'est prendre un nouveau statut social, qui peut paraître dans certains cercles sociaux, beaucoup plus valorisant que « simple entrepreneur ». Le mot start-up évoque la croissance, l'ambition, l'innovation, l'international. Et c'est bien pour ce champ lexical et ces connotations que de plus en plus ont décidé de surfer sur la vague, quitte à faire perdre au mot, au concept, une partie de son sens originel. Si aujourd'hui « l'écosystème start-up » se veut prudent sur cette surmédiatisation, sur ce buzz autour de la start-up, il en est pourtant responsable, et il ne faut pas remonter à très longtemps

pour trouver un temps où les choses étaient bien différentes. Si de 2008 à 2011, la crise financière a durement touché l'écosystème des start-up françaises, ce n'est qu'en 2012 puis en 2013 que les changements ont vraiment commencé. 2012 avec le mouvement des Pigeons, la création de l'association France Digitale, 2013 avec la naissance de la mission French Tech. En moins de 5 ans, et c'est d'autant plus remarquable que c'est conjointement poussé par les entrepreneurs et investisseurs du privé et par les pouvoirs publics, la French Tech s'est regroupée, sous un même drapeau, et est allée conquérir le territoire français, et le monde. Alors ne boudons pas notre plaisir, profitons des bénéfices d'avoir désormais un bel écosystème des start-up en France.

Mais pourquoi parler d'un écosystème d'ailleurs ? Justement parce que, à l'image d'un écosystème vivant en biologie, les start-up ont besoin d'aide, elles ont besoin de manger, et d'être mangées. Les start-up ne sont qu'une partie d'un ensemble beaucoup plus large, où l'on retrouve investisseurs, sociétés de conseil, grands groupes, médias, universités, etc. Aujourd'hui, cet écosystème s'est énormément étoffé, et la difficulté n'est plus vraiment dans la capacité à trouver un acteur de cet écosystème, mais à trouver le bon. Car comme très souvent sur certaines rues vers l'or, ce sont bien les vendeurs de pelles qui vont s'enrichir au final, sur le dos de milliers de chercheurs d'or malheureux, inspirés par le ou la *success story* qui défraye les médias.

La start-up n'est qu'un moyen, ce n'est qu'un véhicule. La start-up est la pelle en réalité. C'est la structure qui est faite pour porter une idée, une innovation, à son déploiement et développement maximum. La start-up est la meilleure solution pour tous ceux qui cherchent à conquérir le monde, dans un temps le plus court possible. Mais la start-up, et c'est ce que vous verrez dans ce livre, ce n'est pas un long fleuve tranquille. Vous aurez besoin d'être équipé, d'être guidé, d'être outillé. Tout comme la recherche d'or, vous pouvez espérer tomber par hasard sur un gisement (espoirs d'autant plus plausibles que c'est déjà arrivé à certains). Mais tout comme la recherche d'or, la réalité sera plutôt que vous aurez besoin de bonnes pioches et d'un sacré coup de pelle.

Fonder une start-up, c'est une magnifique expérience de vie. Peu importe le succès qu'il y aura au bout, ou qu'il n'y aura pas. Ce qui importe c'est ce que vous allez en retirer. L'échec est à éviter coûte que coûte bien sûr, mais l'énorme avantage, c'est que l'échec sur une expérience start-up,

c'est, quoi qu'il arrive, un gain d'expérience que vous sauriez revendre pour des expériences futures. Mais ne parlons pas d'échec en début de livre, parlons plutôt aventure, ambition, vision. Aujourd'hui, ce sont les entrepreneurs qui changent le monde, et les entrepreneurs qui veulent changer le monde, ils ont besoin d'être en permanence dans l'accélération. Ce sont des start-uppers.

Cédric Giorgi

Directeur des Projets Spéciaux à Sigfox
Cofondateur La French Touch conference

Introduction

De nos jours, il devient de plus en plus courant de découvrir de nouveaux termes comme de nouveaux noms d'entreprise. En effet, n'avez-vous pas entendu parler de Blablacar ou de Uber récemment ?

De nouveaux mots apparaissent au quotidien comme l'expression « ubérisation ». Nous entendons de plus en plus parler de nouvelles jeunes pousses qui voient le jour. De nouveaux concepts de marketing et de management apparaissent grâce aux nouvelles entreprises numériques. Nous appelons ces entreprises numériques : start-up.

Néanmoins, créer sa start-up reste accessible à tout le monde¹. Ceci pourrait être considéré comme un phénomène de mode ; il n'en est rien !

Créer une start-up, n'est pas qu'un simple projet, il s'agit d'une aventure entrepreneuriale et humaine. En effet, savez-vous que cette aventure magnifique peut aussi être un véritable cauchemar si elle n'est pas entreprise avec précaution et réflexion ? Il ne s'agit pas juste d'avoir la bonne idée au bon moment, cela ne se limite pas à lever des fonds. Il faut allier l'idée avec les systèmes et les bases de l'entrepreneuriat afin de réussir sa start-up. Pourtant, lorsque nous parlons de start-up, nous avons tendance à penser qu'il s'agit uniquement de créer une entreprise avec un fort potentiel au fond de son garage et avec ses amis. Nous avons décidé de créer ce livre afin de vous aider à vous débarrasser des idées préconçues sur les

1. Des lecteurs bienveillants nous ont fait remarquer que nous ne présentions que des témoignages de start-uppers masculins. Nous tenions à préciser qu'il ne s'agit pas d'une volonté de notre part, nous avons contacté des hommes comme des femmes, mais n'avons pas reçu de réponses féminines à temps pour la publication. Nous ne vous oublions pas mesdames, et si nous en recevons d'ici là, nous ne manquerons pas d'intégrer vos témoignages lors d'une prochaine édition !