

Valider votre idée de startup [20 questions à vous poser]

Le processus de validation de votre idée de création d'entreprise devrait pouvoir vous aider à constater que les conditions nécessaires au démarrage de votre projet sont réunies. Il s'agit de confirmer que vous avez les compétences et capacités requises, une situation personnelle claire pour lancer une entreprise à partir d'une idée brillante sur un marché que vous avez étudié.

Cet exercice demande y consacrer du temps pour se poser les questions qui devraient vous permettre de savoir si votre startup est viable. Voyons les **20 questions pour valider votre idée de startup**.

1. Description de votre activité

Il convient de bien définir votre activité, non seulement l'explication de votre idée, mais aussi comment pensez-vous envisager son lancement et son développement.

Quel est exactement votre produit ou service?

Définissez avec précision la nature de votre produit ou service et ce que vous allez distribuer sur le marché. S'agit-il de quelque chose de nouveau, ou d'un complément d'un produit qui existe déjà?

Quel type de clientèle pensez-vous pouvoir toucher?

Avant de faire l'étude plus précise de votre public-cible qui sera plus approfondie, segmentez le marché. Est-ce une clientèle identifiable? Une clientèle diffuse? Une clientèle de proximité?

A quel besoin répond précisément le produit ou service?

Cette question est fondamentale. Le décalage entre votre produit et ce que les clients souhaitent peut être trop élevé. S'agit-il d'un besoin empiriquement vérifié? La solution que vous apporterez est réellement utile à vos clients?

Quel sera le mode d'utilisation du produit ou du service?

Pour exposer le mode de fonctionnement prévu de votre produit ou service vous devez savoir si celui-ci répond aux demandes de vos clients. Il faut savoir se mettre à la place de celui-ci et connaître ses attentes.

Comment sera-t-il vendu?

Vous devez être sûr des modes de vente de votre produit. Par internet? Vente présentielle? Dans quel genre de boutique/surface?

Êtes-vous innovant?

Votre projet propose-t-il un produit ou service innovant ou une amélioration de ce qui existe déjà? L'innovation est une méthode très importante pour vous distinguer de votre concurrence.

Quels sont les points forts de votre produit ou service?

Constater vos points forts vous permettra de connaître votre avantage concurrentiel. Vous devez toutefois réaliser une analyse critique de vos points forts pour savoir si avec ceux-ci votre startup se démarque suffisamment de vos concurrents.

Quelles sont les contraintes liées à votre projet?

Étudiez et évaluez les difficultés de réalisation dérivées des caractéristiques de votre produit, les problèmes de production et distribution, la compréhension erronée de votre produit ou service qui peut être due à une mauvaise communication de votre part.

Votre activité et votre secteur sont-ils objet d'une réglementation ad hoc?

Vous devez connaître la législation particulière à la création d'une startup, les obligations administratives et fiscales de la Suisse, ainsi que les lois du canton dans lequel vous aller vous installer.

2. Marché visé : la cible

Quelle est la nature et la taille du marché visé?

Le marché que vous envisagez de cibler est-il local, cantonal, national? Avez-vous segmenté le marché pour regrouper vos clients potentiels en groupes homogènes? Travaillez-vous sur un marché B2C ou sur un marché B2B? Opérez-vous sur un marché saisonnier? Un nouveau créneau de marché à exploiter?

Quelle est votre cible?

Il s'agit, maintenant, de définir votre public potentiel et, parmi celui-ci, celui que vous allez viser comme le cœur de cible.

Quelles sont les tendances du marché?

Votre marché visé est-il prometteur et donc vos concurrents ne vont pas trop tarder? Un marché développé dans lequel vous devrez vous distinguer visiblement de votre concurrence?

Quels sont les obstacles pour entrer sur le marché?

Votre arrivée sur le marché visé aura besoin d'une bonne étude de celui-ci, d'un bon réseau de contacts, d'une capacité de production qui, suivant les cas, sera importante.

3. Le projet personnel

Quelles sont vos motivations?

Sans motivation vous ne seriez pas entrepreneur ni vous envisageriez de créer une startup. La motivation est un pilier mais peut être insuffisante ou peut pousser à commettre des erreurs.

Quels sont vos objectifs?

Ayez une vision définie de la startup que vous souhaitez développer. Aussi bien dans votre cas que dans celui du reste de co-fondateurs.

Quelles sont vos compétences?

Idéalement vous devriez être performant dans l'exercice de votre activité, dans le domaine du commercial et dans le management.

Êtes-vous résilient?

Considérez les échecs éventuels comme des catalyseurs de croissance et de progrès plutôt que comme des menaces à éviter. C'est quand vous êtes confronté à des problèmes et à des décisions extrêmement difficiles que vous grandissez.

Êtes-vous un bon communicateur?

Vous savez certainement que vous allez devoir exploiter vos capacités de communication. Cet aspect est important. Vous êtes un créateur, ce petit déficit ne vous fera pas peur.

Quels peuvent être vos soucis personnels?

Réfléchissez bien. La vie de l'entrepreneur est loin d'être, surtout à ses débuts, un oasis. Ne négligez pas votre vie personnelle. Ne pas avoir bien préparé cet aspect peut nuire à l'évolution de l'entreprise.

4. Validez votre idée

Voici la dernière étape. Faites le bilan des réponses aux 20 questions ci-dessus, et déduisez-en vos points faibles et vos points forts. Après l'analyse de ceux-ci, à la fin de ce parcours, après avoir confronté votre idée de startup avec la réalité du terrain, il vous appartient de prendre la décision si celle-ci mérite de se concrétiser.