

IMAGINER

TROUVER DE BONNES IDÉES

Comment distinguer une bonne idée d'une mauvaise? Comment une idée résonne-t-elle avec nous, notre parcours et le monde qui nous entoure? Comment faire évoluer son concept original? Choisit-on vraiment une idée ou est-ce l'idée qui nous choisit?

Pour pouvoir se déployer dans notre société, une idée doit être utile et donc séduisante pour ceux qui la feront vivre : clients, partenaires et contributeurs. La bonne nouvelle? Le monde dans lequel cette idée vivra existe déjà. On peut donc la tester et écouter tous les retours!

La méthode **ÉCOUTE**

Écoutez votre vie quotidienne, personnelle comme professionnelle : vous identifierez des problèmes, et des idées de résolution liées.

Croisez les problèmes du monde réel avec des potentiels d'optimisation (technologique ou non) que vous connaissez.

Original - Votre idée est-elle originale ou bien déjà explorée ? A-t-elle déjà échoué ou réussi ? Pourquoi ? Faites des recherches.

Utile - À quoi et à qui servira vraiment votre idée ? Si votre idée n'est pas vraiment utile, elle ne survivra pas longtemps.

Travaillez votre idée. Une idée n'est jamais parfaite lorsqu'elle naît, préparez-vous à la faire évoluer pour la rendre viable.

Échangez avec vos proches, des connaissances, des inconnus sur votre idée, et surtout, écoutez attentivement leurs retours.



PAR EXEMPLE BlaBlaCar est né d'un besoin rencontré par Frédéric dans sa vie quotidienne : faute de place dans les trains, impossible pour lui de se rendre en Vendée pour les fêtes de fin d'année, alors que les voitures roulaient « à vide » et que beaucoup de passagers auraient aimé en profiter. Travis Kalanick a lancé Uber car il n'avait pas trouvé de taxi libre en banlieue parisienne, un soir pluvieux. MeilleursAgents est né quand Sébastien de Lafond trouvait trop difficile d'établir un prix équitable pour l'appartement qu'il s'apprêtait à acheter. Une idée doit parfois évoluer avant de devenir viable. Phenix, startup française pionnière de l'anti-gaspi, n'aurait sans doute pas décollé si les cofondateurs ne s'étaient pas réorientés vers la grande distribution et l'industrie agroalimentaire pour leur proposer un service de don des invendus aux associations. Autant d'exemples d'écoute de petits problèmes du quotidien qui ont donné naissance à de grandes idées entrepreneuriales.

LA QUESTION CLÉ

À quoi ça sert, vraiment ?

Si vous pouvez présenter en une phrase le problème résolu et à qui votre idée rend service, alors elle a de l'avenir. Si l'explication est longue ou peu claire, il faut continuer à travailler et écouter !

POUR ALLER PLUS LOIN...

1. *Le Mom Test : comment parler avec les clients et apprendre si votre idée d'entreprise est bonne, quand tout le monde vous ment*, R. Fitzpatrick, CreateSpace Independent Publishing Platform, 2018 – Beaucoup de gens vous disent que votre idée est bonne... pour ne pas vous blesser ! C'est gentil, mais pas très utile pour s'améliorer. La prochaine fois, posez des questions à votre interlocuteur sur sa vie, plutôt que de lui parler de votre idée, et écoutez.
2. *Testez vos idées business*, D. J. Bland et A. Osterwalder, Montreuil, Pearson, 2020 – Une idée émergente de produit ou de service s'apparente à une hypothèse scientifique. Elle doit donc elle aussi être testée en explorant sa faisabilité, sa désirabilité et sa viabilité.
3. *Effectuation : les principes de l'entrepreneuriat pour tous*, P. Silberzahn, Montreuil, Pearson, 2020 – Philippe Silberzahn casse le mythe de l'entrepreneur visionnaire qui, du *business plan* irréprochable à la levée de fonds à plusieurs zéros, fait tout comme il faut.