



Université Mohamed Boudiaf de M'sila
Faculté des Mathématique et de l'Informatique
Département d'Informatique

Créer et développer une startup

Samir Akhrouf



Une startup est une entreprise
qui ne sait pas clairement :

- 1) Ce qu'est son produit
 - 2) Qui sont ses clients
 - 3) Comment gagner de l'argent
-

DAVE MCCLURE



Une startup est une organisation temporaire à la recherche d'un business model industrialisable et permettant une croissance exponentielle

STEVE BLANK



Une startup est une
entreprise faite pour
avoir une croissance
de 5 à 7% par semaine

PAUL GRAHAM



- Dans « start-up » il y a l'idée de démarrage « start » et l'idée de croissance forte « up ».
- Une startup est une entreprise, mais elle est plus qu'une simple entité. Une startup c'est un état d'esprit, une vision, portée par son fondateur et qui agit sur un marché en création ou instable. De ce fait, elle ne dispose pas d'un business model fixe et explore les possibilités.

Quand est-ce que la startup devient une entreprise ?

- Être une startup, **c'est un état temporaire**. Soit parce que le business model n'arrive pas et de ce fait la startup échoue et disparaît. Soit parce qu'elle réussit et se fait absorber, ou devient une entreprise plus classique dans l'approche.
- **C'est au moment de « upper » que se décide l'avenir de la startup** comme on peut le voir sur le schéma ci-dessous :

COURBE DE VIE D'UNE STARTUP

Pas d'autres possibilités



En bleu la courbe d'une startup / en rouge, une entreprise « classique »

Peut-on être « gros » et être une startup ?

Uber, Airbnb, Blablacar, Spotify...

Sont encore des startups et pourtant ces entreprises sont énormes. Mais comme Twitter, leur modèle n'est pas défini et peut évoluer. À l'inverse, Facebook ne l'est plus, Google non plus. **Même si l'esprit startup perdure, certains processus ont été formalisés et la stratégie, comme business model, sont désormais établies.**

1ÈRE ÉTAPE : SE POSER LES BONNES QUESTIONS

EST-CE QUE MON IDÉE EXISTE ?

QUELLE EST MA CIBLE ?

EST-CE QU'IL Y A UNE RÉELLE VALEUR AJOUTÉE POUR MA CIBLE ?

**❑ EST-CE QUE JE DISPOSE DE TOUTES
LES COMPÉTENCES / CERTIFICATIONS ?**

**❑ EST-CE QUE JE N'ARRIVE PAS TROP
TÔT / TARD ?**

**❑ COMMENT EST-CE QUE JE VAIS
GAGNER DE L'ARGENT ?**

2^{ÈME} ÉTAPE : FORMALISER SON PROJET

- LE BUSINESS PLAN**
- L'EXECUTIVE SUMMARY**
- LE BUSINESS MODEL**
- L'ÉTUDE DE MARCHÉ**
- LE PITCH**

3^{ÈME} ÉTAPE : RECHERCHER DES FINANCEMENTS

- Des agences bancaires**
- Des institutions**
- Le prêt d'honneur**
- Les incubateurs**

4^{ÈME} ÉTAPE : LA CRÉATION DE LA SOCIÉTÉ

Composantes Juridique

- Les autorisations.

- Les formes juridiques.

Les formes juridiques:

- EURL: entreprise unique à responsabilité limitée.

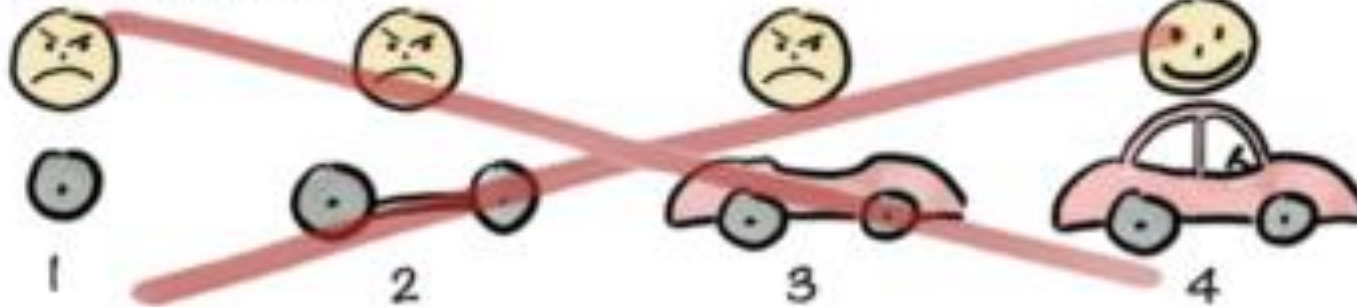
- SARL: Société à responsabilité limitée.

- SNC: société à nom collectif.

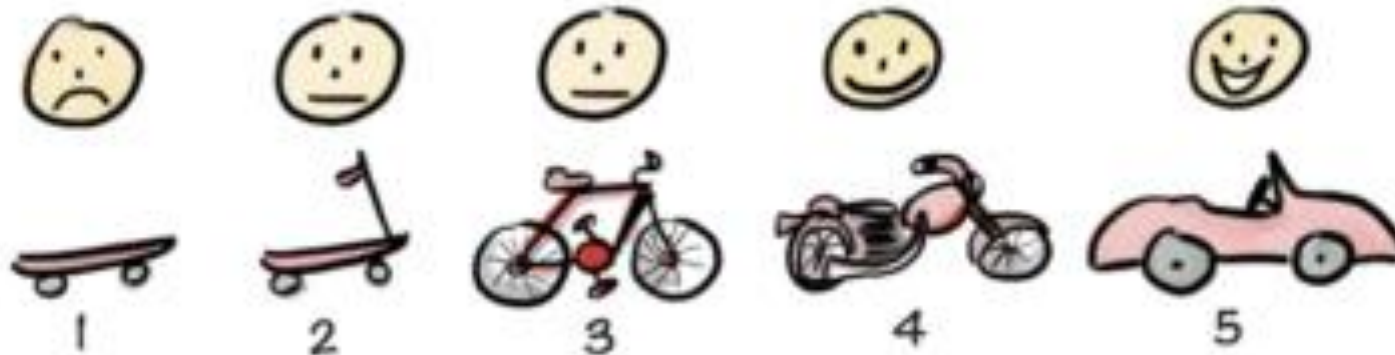
- SPA: société par action.

5ÈME ÉTAPE : DÉVELOPPEMENT OU FINALISATION DU PROTOTYPE

Not like this....



Like this!



RÉDIGER MON BUSINESS PLAN



BUSINESS-MODEL

ACTIVITES : -----

PARTENAIRES

PARTENAIRES

- QUI SONT TES PRINCIPAUX PARTENAIRES / FOURNISSEURS?
- QUELLES SONT LES MOTIVATIONS LES PLUS IMPORTANTES POUR CONVAINCRE DES PARTENARIATS?
- QUELLES RESSOURCES CLÉS TE PROCURES-TU AUPRÈS DE TES PARTENAIRES ?

ACTIVITÉS

ACTIVITÉS

- QUELLES ACTIVITÉS SONT LES PLUS IMPORTANTES POUR TON CANAL DE DISTRIBUTION, FLUX DE REVENUS, ETC.?

RESSOURCES

- QUELLES RESSOURCES CLÉS TON ENTREPRISE EXIGENT?

RESSOURCES

VALEURS

- QUELS VALEURS PROPOSESTU À TES CLIENTS ?
- QUELS BESOINS SATISFAITES-TU ?
- QUELLE VALEUR APPORTES-TU AU CLIENT? - QUEL PROBLÈME CONTRIBUES-TU À RÉSOUDRE ?
- QUELLES COMBINAISONS DE PRODUITS OU DE SERVICES PROPOSES-TU À TA CLIENTÈLE.

VALEURS

CLIENT

INTERACTIONS CLIENTS

- COMMENT INTERAGIR AVEC TES CLIENTS ?

CANAUX DE DISTRIBUTION

- COMMENT LES ATTEINDRE ?
- QUELS CANAUX FONCTIONNENT LE MIEUX?
- COMBIEN COÛTENT-ILS?
- COMMENT CES CANAUX PEUVENT-ILS ÊTRE INTÉGRÉS DANS TON SYSTÈME DE COMMUNICATION?

COMMUNIQUER

PUBLIC CIBLE CLIENTS

- QUI SONT-ILS?
- QU'EST-CE QU'ILS AIMENT?
- OÙ VIVENT-ILS ? ETC....
- QUELS TYPES DE RELATION TES CLIENTS SOUHAITENT-ILS ENTREtenir AVEC TOI ?
- QUEL EST LE COÛT ?

COÛTS

- COMBIEN CELA COÛTERA-T-IL? - QUELLES RESSOURCES / ACTIVITÉS CLÉS SONT LES PLUS CHÈRES?

REVENUS

- POUR QUELLE VALEUR TON PUBLIC EST-IL PRÊT À PAYER?
- COMMENT PAIENT-ILS ? COMMENT PRÉFÉRERAIENT-ILS PAYER?