

Chapitre I : Profil entrepreneurial & Motivations

I.1 La création d'une startup

Au début, la start-up était un terme qui qualifiait une entreprise en informatique, mais au fil des années, le concept a changé. Qu'est-ce qu'une start-up ? D'après la définition proposée par Steve Blank, « *une start-up est une organisation temporaire à la recherche d'un business model industrialisable, rentable et permettant la croissance* ». Plus exactement, une start-up n'est pas encore une entreprise installée, mais son organisation est déjà bien en place. La start-up offre un nouveau modèle de gestion des activités d'une entreprise, mais ces outils ne lui permettent pas de déterminer exactement la rentabilité de son activité. Par conséquent, elle doit passer par différentes étapes de tests et de recherche afin de saisir son environnement et ses clients. Cela permettrait de dépasser l'incertitude du départ, engendrée par tout projet de création.

Pour la création d'une startup la première chose à faire est :

- de trouver **une idée** de start-up puis,
- de trouver **un business model** et
- **une équipe** pour s'entourer. Ensuite,
- il faut trouver **un financement et un prototype**.
- Pour que la start-up soit un succès, vous devez miser sur la **communication**, et ensuite, vous devrez trouver un autre financement.

Vous pourriez rapidement vous faire un nom à l'international en agissant ainsi.

I.2 La posture de l'entrepreneur

L'âge ou le profil socio-professionnel ne définit en rien notre motivation à entreprendre. Le désir de créer, d'être libre est en chacun. Il va s'exprimer de différentes manières selon les différentes phases de vie qui viennent inciter à passer à l'action de manière plus ou moins ajustée.

Chaque projet d'entrepreneuriat demande des compétences et aptitudes demeurent indispensables pour réussir.

Nous présentons dans ce qui suit les piliers de l'état d'esprit d'un entrepreneur qui réussit:

- ***La vision***

Visionnaire... voilà l'un des piliers de l'état d'esprit de l'entrepreneur qui réussit .La vision (sur le long terme) vous permettra de rester confiant en vous. De croire en VOUS, de croire en vos objectifs et surtout de croire en VOTRE réussite .

C'est en quelque sorte le schéma mental que se fait l'entrepreneur. Elle donne LA direction à prendre pour la bonne réalisation des actions. La vision n'est pas un rêve imaginaire, c'est de là que part l'idée qui grandit petit à petit pour l'entrepreneur.

Cette dernière vous motivera encore plus dans les « mauvais moments ». Vous vous inspirerez de cette vision dans votre parcours du « combattant » pour avoir les résultats que VOUS espérez . La vision est le pilier majeur derrière le passage à l'action, en réalité elle s'inscrit dans toutes les actions que l'entrepreneur décide de faire.

La vision favorisera votre créativité ainsi que votre innovation. L'entrepreneur visionnaire cherche à » créer un monde meilleur qui répondra aux besoins les plus importants tout en ramassant un bon paquet de billets à côté. « . Et ce monde est décrit et expliqué dans sa vision.

Votre vision vous permettra de bien mieux paramétrer votre organisation et votre productivité. Elle donne beaucoup plus de sens à l'élaboration de votre projet.

- ***La patience*** (La patience est une vertu)

l'entrepreneur qui réussit est un entrepreneur patient et qui persévère .

- ***La motivation*** :

La motivation est la clé de la continuation de vos projets et combinée aux cinq autres piliers, cette dernière est indestructible . Elle vous mènera droit devant la porte du succès de vos projets.

En effet, vous devez avoir une source de motivation constante comme un entrepreneur qui réussit. Cela peut être votre vision en elle-même, mais également pour un proche qui vous motive, ou même une personnalité... une idée également.

Mais votre source de motivation ultime en plus de votre vision, en plus de ce que vous voulez apporter par votre projet, aux personnes que vous pourriez aider..., VOTRE principale source de motivation, c'est votre vie . La vie que vous voulez. Et c'est cela qui motive en premier lieu l'entrepreneur qui réussit, il puise sa motivation en pensant à l'amélioration de sa qualité de vie (par son projet par exemple) .

- ***La détermination*** :

Vous devez savoir jusqu'où vous êtes prêt à aller pour la concrétisation de votre projet. En réalité, un entrepreneur qui réussit est un entrepreneur qui n'a pas de limite. L'entrepreneur qui réussit sait quand il faut faire des sacrifices pour continuer d'avancer dans le bon chemin pour ses projets. Il est donc déterminé à travailler alors que tout

le monde part en vacance (par exemple), car il sait justement que tous ses sacrifices seront généreusement récompensés dès que la roue sera inversée à SON avantage .

Rien ni personne ne peut vous arrêter ni même vos proches qui vous aiment, mais qui ne comprennent pas votre décision de quitter votre job sécuritaire, pour avoir une meilleure qualité de vie et de prendre tous les risques que l'entrepreneur qui réussit prend. Ni même les banquiers qui refuseront de financer votre projet. Non, rien ni personne ne peut se mettre en travers de votre chemin de la réussite .

- ***L'ambition :***

Enfin, l'entrepreneur qui réussit à une ambition de fer pour mener son projet à bout .

Tout entrepreneur qui se respecte doit avoir de l'ambition. Sinon, il restera là où il avait commencé, au misérable point de départ. L'ambition est le point de départ de toute activité en plus de l'idée de l'avoir, bien sûr. En effet, l'entrepreneur qui réussit aime le goût du risque, et parfois prend des risques sans même sans rendre compte. C'est à vous aussi de prendre des risques que ce soit une activité sur le web ou physique.

Sortez tous les jours de votre zone de confort pour justement élargir cette dernière. Ayez de grands projets et ne vous limitez pas à quelque chose de « petit ».

I.3 Comment trouver une idée

Tout projet de création d'entreprise commence par une idée.

Qu'elle naisse de l'expérience, du savoir-faire, de la créativité ou d'un simple concours de circonstance, l'idée prend souvent la forme d'une intuition ou d'un désir qui s'approfondit et mûrit avec le temps.

I.4 L'écosystème startup

En effet, le terme écosystème vient de "écosystème écologique", défini par le botaniste **Arthur George Tansley en 1935**. Il voyait un écosystème comme « un système d'interactions entre les populations de différentes espèces vivant dans un même site, et entre ces populations et le milieu physique ».

Un écosystème est donc « une communauté économique soutenue par l'interaction d'individus et d'organisations». Il se comprend comme un ensemble d'acteurs interdépendants au sein d'une même aire géographique qui ont une influence sur la formation et la trajectoire des acteurs . En ce sens, dans un écosystème entrepreneurial, l'environnement est déterminant pour la formation et la trajectoire des entrepreneurs et des entreprises.

Un écosystème entrepreneurial est constitué d'un ensemble d'éléments, d'acteurs ou de conditions qui rendent propices la création et l'évolution de nouvelles entreprises. C'est un espace porteur, facilitateur et accélérateur de la formation et de la croissance d'entreprises. Un tel environnement peut inciter les potentiels entrepreneurs à se lancer dans les affaires.

I.5 Se lancer seul ou à plusieurs

Est-il difficile d'entreprendre seul ? Tout dépend si l'on y est préparé .

En effet, créer une entreprise seul demande de prendre en compte plusieurs paramètres pour s'assurer que l'on est bien prêt à se lancer. Ces paramètres ont trait à :

- votre personnalité,
- votre potentiel,
- vos compétences,
- votre situation familiale.

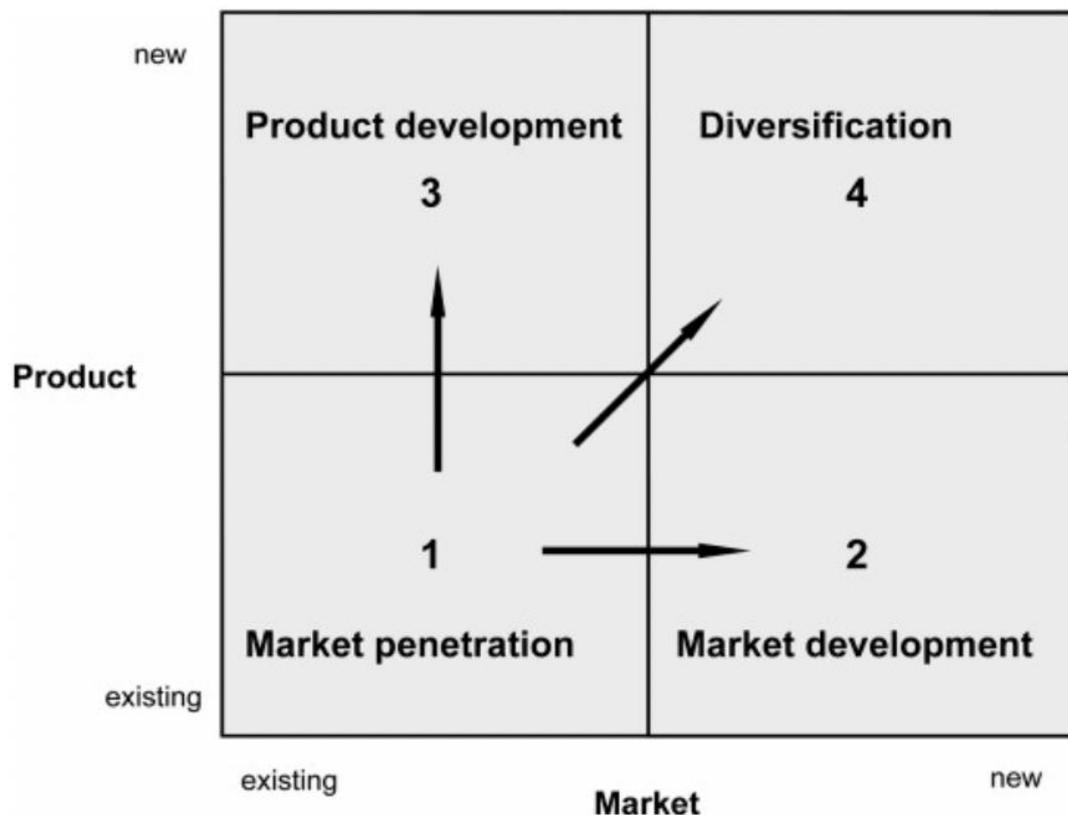
Dans tout les cas, quels que soient le type d'activité envisagé et la dimension souhaitée pour votre entreprise, vous devez, pour réunir le maximum de facteurs de réussite, prendre le temps de bien réfléchir au préalable à votre "projet personnel de créateur".

I.6 La croissance et les ventes

Les entreprises doivent se développer pour survivre et les entreprises à croissance rapide disposent de plusieurs stratégies pour le faire.

Selon **Chandler**, la stratégie consiste à "déterminer les buts et objectifs fondamentaux à long terme d'une entreprise, à adopter des mesures et à allouer les ressources nécessaires à la réalisation de ces objectifs".

Ansoff propose quatre stratégies de croissance selon une approche matricielle marché / produit, comme indiqué ci-dessous :



Premièrement, la pénétration du marché: l'objectif est de conserver le même produit ou le même service pour un marché existant afin d'accroître les parts de marché et d'augmenter la vente parmi les clients existants. Cette stratégie implique le niveau d'innovation le plus bas et le moins de risques.

Deuxièmement, le développement du marché: il s'agit du lancement d'un produit existant sur de nouveaux marchés, comme cibler

de nouveaux segments de clientèle, développer de nouvelles applications pour un produit existant ou établir de nouveaux marchés géographiques pour une région sur le marché intérieur ou à l'étranger.

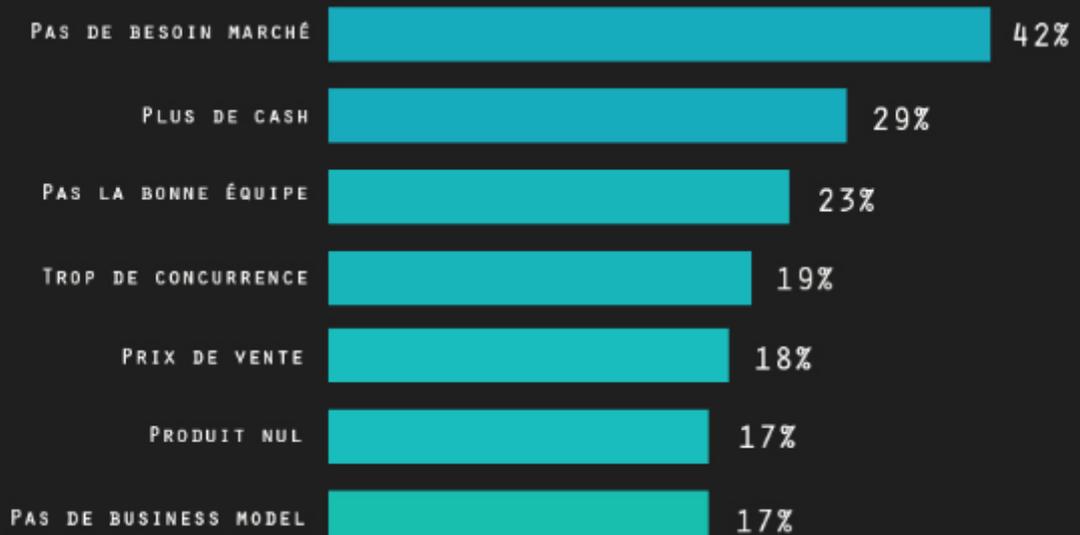
Troisièmement, le développement de produits: les produits avec des attributs améliorants sont développés et commercialisés pour les clients existants. Les cycles de vie des produits se raccourcissent à mesure que le progrès technologique progresse, poussant les entreprises à développer de nouveaux produits en permanence. Des investissements considérables dans la recherche et le développement, la production et les ventes sont nécessaires.

Quatrièmement, la diversification: c'est la combinaison du développement de nouveaux produits et du marché. Cette stratégie convient davantage aux grandes entreprises, car elle implique des ressources importantes et des risques plus élevés.

I.7 Erreurs, échecs et bonnes pratiques

D'après une étude menée par la plateforme de market intelligence **CB Insight** et reprise par le blog **1001 startups**, vous trouverez sur le graphique ci-dessous les 7 causes principales d'échec d'une startup.

POURQUOI LES STARTUPS ÉCHOUENT-ELLES ?



Donc pour réussir et construire **une entreprise viable**, il faut :

- trouver les bons associés sur lesquels on peut compter.
- Parler de son idée afin d'obtenir un ressenti sur le projet.
- Mener des études de marché afin de définir sa cible et étudier la concurrence.
- Créer un business plan (ou pas ?).
- Réaliser un prototype.
- Lancer le projet et le faire connaître.