

Les Fiches Conseils

— Proposées par les partenaires du design en Wallonie —

COMMENT STRUCTURER SON PROJET À PARTIR D'UNE IDÉE OU D'UN PRODUIT ISOLÉ ?

Auteur : **Maison du Design**



COMMENT STRUCTURER SON PROJET À PARTIR D'UNE IDÉE OU D'UN PRODUIT ISOLÉ ?

Avant de vous lancer dans l'aventure entrepreneuriale, une foule de questions peuvent vous traverser l'esprit : j'ai une idée générale mais sans les produits et services qui en découlent, comment la développer ? j'ai un produit ou un service en tête mais je ne sais pas par où commencer...

Si vous vous reconnaissez dans ces interrogations, vous êtes sans doute à la première étape du parcours de l'entrepreneur : la structuration de son projet.

C'est le moment de clarifier vos idées et de poser les bases de votre modèle économique.

1. JE DEVIENS PORTEUR DE PROJET

Et oui, si vous avez une idée, même assez floue, d'un produit et/ou service, vous êtes désormais un porteur de projet.

Vous pouvez être dans 2 configurations :

- **Une idée** : vous avez l'impression que les attentes du marché ne sont pas satisfaites.
Exemple : le développement des services en design végétal
- **Un produit/service** : vous avez développé un produit/service qui vous semble intéressant mais vous ne savez pas quoi faire à partir de cet élément isolé.
Exemple : la création d'un modèle de lampe

2. JE CHERCHE UN FIL CONDUCTEUR

La première question que nous pourrions vous poser en vous rencontrant pourrait être : « Présentez-nous votre projet ».

Si vous ne savez pas par où commencer, vous pouvez jouer au jeu des points communs : entre mes clients, entre mes produits, entre les demandes perçues, entre les différentes compétences que je peux utiliser... Ces liens que vous allez identifier vous permettront de plus facilement déterminer le fil conducteur de votre projet.

3. JE M'INSPIRE ET J'OBSERVE

Il existe des milliers d'entreprises dans le monde actives dans votre domaine ou dans un domaine comparable.

En effet, à l'heure de l'internet et de l'internationalisation des échanges commerciaux, il est plus aisé que jamais de récolter des informations sur ce qui se fait ailleurs et qui sont les clients de ces solutions.

Vous pouvez également vous inspirer de marques qui ne proposent pas les mêmes produits/ services que vous. Ce n'est pas parce que vous êtes dans les bijoux qu'une marque de décoration ne peut pas vous aider. Bien au contraire.

En bref, élargissez votre horizon en observant autour de vous, en vous inspirant, en vous renseignant et enfin en prenant les meilleurs ingrédients pour créer votre propre recette.

4. JE TESTE MON PROJET

L'essai-erreur reste une valeur sûre.

N'hésitez pas à tester votre produit/service en confrontant votre prototype ou une première « mini-collection » au public pour voir quel accueil ce dernier vous réserve mais aussi pour améliorer et/ou compléter votre projet.










C'est pour cette raison qu'il existe des événements et initiatives spécifiques tels que les marchés dédiés à la mode et au design, les salons ou encore les boutiques de créateurs.

5. JE VAIS PLUS LOIN AVEC LE BUSINESS MODEL CANVA S (BMC)

Le Business Model Canvas est un outil de retranscription simple du modèle économique d'une entreprise. Celui-ci convient à la phase de création, et peut également être utile pour le lancement d'un nouveau produit ou d'un nouveau service.

The Business Model Canvas

Designer pour: _____ Le: _____
Version N°: _____

Partenaires  - Qui sont nos Partenaires Clés? - Qui sont nos fournisseurs? - Quelles Ressources nous acquiescent par nos partenaires? - Quelles Activités impliquent nos Partenaires? Modèle de Partenariat - Partenariat de distribution - Partenariat de production - Partenariat de logistique	Activités  - Quelles activités sont nécessaires pour réaliser notre offre? - Notre distribution? - Notre Relation Client? - Nos canaux de distribution? Logiciels - CRM - ERP - PMS	Offre  - Quelle valeur nous fournissons au client? - Quels problèmes/ouverts nous résolvons? - Quel groupement de produits ou services nous offrons à différents segments clients? - Quels besoins clients nous satisfaisons? Caractéristiques - Nouvelles - Performances - Design - Service client - Prix	Relation Client  - Quelle type de relation chaque segments clients souhaitent que nous établissions avec eux? - Comment nos relations s'intègrent elles avec le reste de notre Business Model? - Comment nous contacter? Canaux - Direct - Indirect - Personnels - Non-personnels - Physiques - Numériques	Segments Client  - Pour qui nous créons de la valeur? - Qui sont les clients à plus rentables? - Comment nous les séparer? - Comment nous les séparer? - Comment nous les séparer?
	Ressources  - Quelles Ressources sont nécessaires pour réaliser notre offre? - Notre Distribution? - Notre Relation Client? - Nos canaux de distribution? Types de Ressources - Humaines - Financières - Matérielles - Technologiques - Intellectuelles - Sociales		Canaux de Distribution  - Par quel Canal nous interagissons avec nos Segments Clients? - Comment nos Canaux sont intégrés à notre Business Model? - Lequel est le plus rentable? - Lequel est le plus rentable? - Comment nous les intégrons au processus client? Types de Canal - Direct - Indirect - Personnels - Non-personnels - Physiques - Numériques	
Structure des Coûts  - Quels sont les coûts les plus importants de notre Business Model? - Quelles est le coût des Ressources? - Quelles est le coût des Activités? - Nos canaux de distribution? Canalisations - Humaines - Financières - Matérielles - Technologiques - Intellectuelles - Sociales		Sources de Revenus  - Pour quelle valeur nos clients sont vraiment prêts à payer? - Pour quelle offre ils paient actuellement? - Comment le paient-ils actuellement? - Comment le paieront-ils payer? Types - Vente - Licence - Abonnement - Commission - Location - Service - Payer par avance - Payer à l'usage - Payer à la performance - Payer à la réputation - Payer à la visibilité - Payer à la confiance - Payer à la réputation - Payer à la visibilité - Payer à la confiance		

www.businessmodelgeneration.com



6. JE ME FAIS ENCADRER POUR NE PAS ÊTRE SEUL

Ce travail peut paraître être une montagne infranchissable pour ceux qui doutent et se sentent simplement perdus, n'hésitez pas à solliciter une structure d'accompagnement spécialisée en création d'entreprise pour vous soutenir.

N'hésitez pas à contacter l'équipe de Maison du Design pour vous aider à structurer votre projet par mail accueil@maisondudesign.be

Cette fiche conseil a été rédigée par Maison du Design.



Retrouvez l'ensemble des Fiches Conseils du comité sur la page

www.walloniedesign.be/conseils/comite-design