

Mon Odyssée Lean Startup

Nicolas Deverge

L'histoire vraie de la
réalisation d'un produit
avec le Lean Startup

Mon Odyssée Lean Startup

Qui n'a jamais rêvé de lancer sa petite entreprise sans risques ? Voici mon expérience grâce au Lean Startup.

Nicolas Deverge

This book is for sale at
<http://leanpub.com/myleanstartupjourney-fr>

This version was published on 2015-04-12



This is a [Leanpub](#) book. Leanpub empowers authors and publishers with the Lean Publishing process. [Lean Publishing](#) is the act of publishing an in-progress ebook using lightweight tools and many iterations to get reader feedback, pivot until you have the right book and build traction once you do.

©2014 - 2015 Nicolas Deverge

Tweet This Book !

Please help Nicolas Deverge by spreading the word about this book on [Twitter](#) !

The suggested tweet for this book is :

Je viens d'acheter "Mon Odyssée Lean Startup" par @ndeverge
<https://leanpub.com/myleanstartupjourney-fr>

The suggested hashtag for this book is [#leanstartupjourney](#).

Find out what other people are saying about the book by clicking on this link to search for this hashtag on Twitter :

<https://twitter.com/search?q=#leanstartupjourney>

Table des matières

Ce livre	i
Pourquoi ce livre ?	i
À qui s'adresse ce livre ?	i
À propos	ii
.	1
Le déclencheur, autrement dit, c'est quoi le problème ?	2
Présentation théorique du Lean Startup	4
L'application du Lean Startup pour mon projet	7
Le Problème	8
La Solution	8
Le Segment Client	8
Les Canaux	9
Première expérimentation : test de la solution	10

Ce livre

Pourquoi ce livre ?

Ce livre est la retranscription de l'histoire du produit Keysmag.net qui a été contée aux éditions 2014 des Agile Tour de Montpellier, Toulouse et Bordeaux, à la conférence Lean Kanban France 2014 ainsi qu'à un meetup "Lean Startup & Effectuation" chez Blablacar¹.

Étant donné que cette histoire a eu beaucoup de succès lors de ces présentations, voire qu'elle a même inspiré des personnes à se lancer dans l'entrepreneuriat, la voici retranscrite dans ce livre, et même augmentée puisque certaines anecdotes n'ont pas été dévoilées lors de ces présentations.

À qui s'adresse ce livre ?

Ce livre s'adresse en priorité à ce qu'on appelle les « *wantrepreneurs* » : à savoir, une personne qui a envie de lancer son idée, mais qui ne le fait pas car il se trouve toujours des fausses excuses pour ne pas se lancer.

Mais ce livre s'adresse aussi aux « *intrapreneurs* » : à savoir, les personnes qui travaillent dans des entreprises, qui ont envie de proposer des innovations mais qui ont des moyens limités.

¹<http://blablacar.fr>

À propos

Après avoir passé six ans dans une startup où je me posais beaucoup de questions en terme d'organisation, j'ai découvert l'Agilité en 2007 en intégrant la société ekito².

Depuis quatre ans, j'accompagne de petites et grandes sociétés dans leur transition vers l'Agilité, et, depuis deux ans, je travaille avec des entrepreneurs en m'inspirant de la démarche Lean Startup. Une partie de mon activité concerne toujours la programmation informatique, une de mes passions.

²<http://ekito.fr>

« Une personne qui n'a jamais commis d'erreurs n'a jamais innové. »

– *Albert Einstein*

Le déclencheur, autrement dit, c'est quoi le problème ?

Nous sommes le jour de Noël 2013. Mon beau père m'apprend qu'il a perdu ses clés de moto dans la rue quelques jours plus tôt. Il ne les a pas retrouvées, il est embêté.

En bon praticien du Lean Startup, je vois là une superbe opportunité de créer un produit pour résoudre ce problème.

En effet, tout produit, pour peu qu'il soit acheté par des clients, doit résoudre un problème.



L'identification problème d'un

“It isn’t that they can’t see the solution. It is that they can’t see the problem.” - Gilbert K. Chesterton

En tant qu’entrepreneur, on réfléchit souvent à une solution, mais on ne pense souvent pas à revenir sur le problème que tente de résoudre cette solution. C’est pourtant la base : si vous tentez de résoudre un problème qui n’existe pas, il y a peu de chances que des gens soient intéressés par votre solution.

Par exemple, quel problème les concepteurs de l’application mobile Yo³ souhaitaient-ils résoudre ?

Autre étape importante pour pouvoir intéresser un potentiel client, il faut que ce dernier ait conscience du problème.

Et enfin, c’est encore mieux si le prospect a déjà été en recherche active d’une solution à ce problème, voire même s’il a déjà mis en place lui-même une solution.

C’est pourquoi, pour mettre toutes les chances de son côté, la première étape pour toute aventure entrepreneuriale est de valider que le segment client a bien conscience du problème qu’on souhaite adresser.

³http://en.wikipedia.org/wiki/Yo_%28app%29

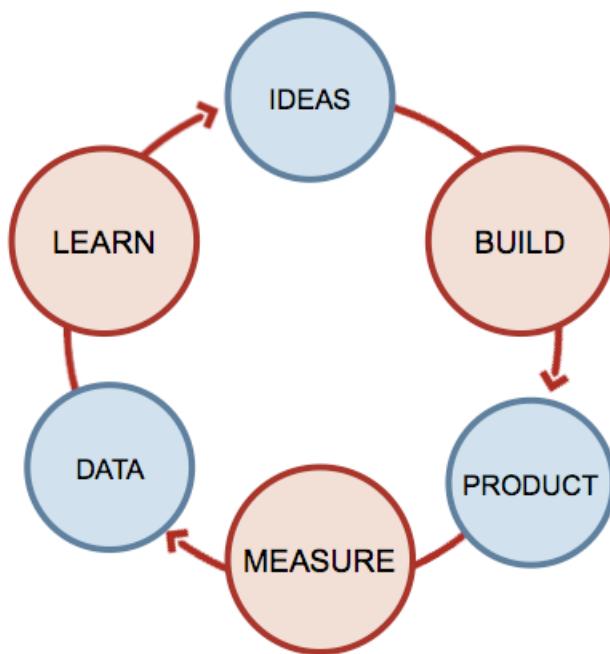
Présentation théorique du Lean Startup

Sans rentrer dans des détails trop techniques, il faut savoir que, à l'instar de l'Agilité, le Lean Startup est très simple à comprendre. Ce n'est que du bon sens, mais exactement ce que l'on ne fait pas traditionnellement.

Le Lean Startup est une démarche scientifique qui permet de valider des hypothèses (« ideas ») à partir d'une série d'expérimentations auprès de ses clients.

En effet, l'entrepreneur Lean Startuper part du principe que tout n'est qu'hypothèse (le problème, la solution, le segment client, etc.) et il va chercher à démontrer chacune de celles-ci en menant des expérimentations.

Chaque expérimentation consiste à mettre entre les mains de ses utilisateurs un produit minimum viable (acronyme MVP en anglais) et contenant un certain nombre de sondes de mesures permettant de valider ou réfuter objectivement l'hypothèse de départ.



Boucle LeanStartup

C'est donc une démarche apprenante qui force à être au plus tôt sur le terrain.

À noter que le Lean Startup n'est pas seulement réservé aux startups, mais qu'il peut aussi être mis en œuvre dans le contexte de grandes sociétés pour supporter leur démarche d'innovation.

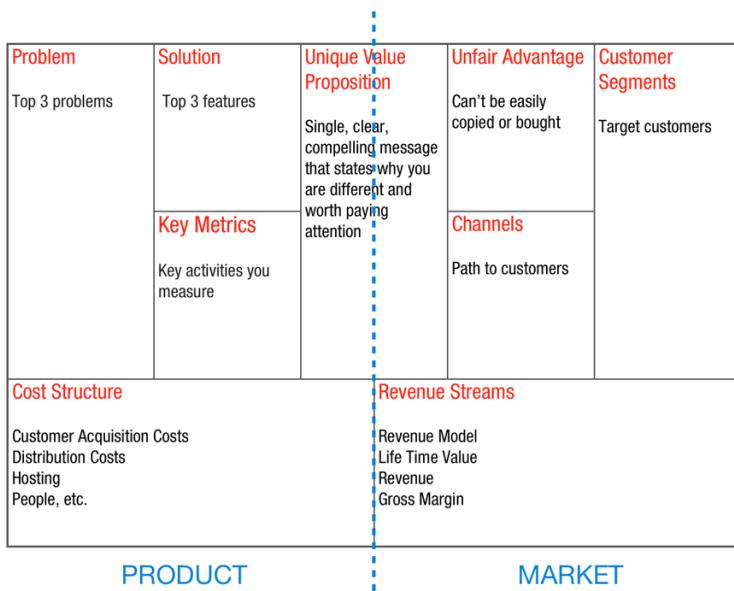
Traditionnellement, une approche par la planification est utilisée, grâce aux Business Plans (à 3 ans ou 5 ans pour les plus téméraires), qui tentent de prédire ce qui va se passer dans la vie du projet. Malheureusement, une Startup, qui par définition tente d'apporter une innovation (pas forcément sur le produit, mais peut-être sur le modèle économique, le canal de distribution ou autre), évolue dans un milieux plus qu'incertain, le Lean Startup a été conçu à partir

du constat qu'il est presque impossible de prédire l'avenir, et donc plutôt que d'essayer d'écrire l'avenir, nous nous plaçons en mode réactif en essayant de rebondir sur les opportunités qui se présentent à nous.

Après cette parenthèse théorique, revenons à mon projet.

L'application du Lean Startup pour mon projet

Pour démarrer, et afin d'avoir une vue de synthèse de ces différentes hypothèses, j'utilise le Lean Canvas :



Lean Canvas is adapted from The Business Model Canvas (<http://www.businessmodelgeneration.com>) and is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License.

LeanCanvas

Je n'entre pas dans le détail de chaque case, il y a assez de littérature sur le sujet. Cependant, selon mon expérience, les quatre catégories les plus importantes à démontrer sont :

- le problème ;

- le segment client ;
- les canaux vers ces clients ;
- la solution.

Voici donc mes hypothèses pour chaque catégorie au tout début de mon projet.

Le Problème

Le problème est simplement de retrouver ses clés quand on les a perdues dans la rue.

La Solution

Bien que la théorie Lean Startup pousse à creuser le problème (avec raison) en utilisant la technique du « Problem Interview »⁴, et ayant moi-même un profil technique, je me lance directement dans l'élaboration d'une solution à ce problème.

Au bout d'environ cinq minutes, l'idée lumineuse d'un porte-clés contenant un code unique me vient à l'esprit. La personne qui retrouve vos clés dans la rue saisit ce code sur un site Internet dédié ainsi qu'un message qui vous est directement envoyé.

Cette idée est super simple, c'est donc une idée de génie ! À moi gloire et richesse !

Le Segment Client

Je me dis que tout le monde est concerné par le problème, je n'aurai donc aucun mal à trouver des personnes intéressées. Qui n'a jamais eu peur de perdre ses clés ?

⁴<http://practicetrumpstheory.com/customer-development-getting-started>

Les Canaux

Les canaux sont les moyens d'atteindre sa cible client. Par exemple, si je voulais résoudre un problème pour les amateurs de pêche à ligne, je pourrais les trouver sur des forums Internet spécialisés et, encore plus simplement, sur les bords d'un étang.

Dans mon cas, je ne me pose (malheureusement) pas trop la question et je l'éclate en me disant qu'une bonne campagne *Adwords*⁵ fera l'affaire. Je me dis à l'époque, que décidément, ce projet est vraiment très bien ficelé...

Maintenant que j'ai mes différentes hypothèses, je décide de me lancer dans des expérimentations afin de les valider.

⁵Publicités en ligne

Première expérimentation : test de la solution

Comme tout porteur de projet (et bien que je sois moi-même un fervent adepte du Lean Startup), je suis persuadé que mon idée est la meilleure et qu'elle va forcément fonctionner.

Au lieu de tester le problème (i.e. savoir si c'est un problème douloureux auprès d'une population ciblée) ou le marché (i.e. mon segment client), je me lance d'abord dans la validation de ma solution.

Pour tester la performance de mon porte-clés, je conçois l'expérience suivante : je vais semer des jeux de clés avec mon porte-clés dans la rue et voir si ces derniers me sont restitués.

Ensuite, je me lance dans la création de mon MVP (produit minimal pour tester mon hypothèse) :

1. Je commence par le tour des boutiques de mon quartier qui font des doubles de clés afin de leur demander s'ils n'auraient pas de vieilles clés à me donner.
2. J'achète sur Amazon des porte-clés où l'on peut glisser une étiquette.
3. Je crée un site Internet avec un simple formulaire permettant à la personne qui retrouve les clés de saisir le code du porte-clés et un message qui me sera envoyé par courrier électronique.
4. Je crée des étiquettes contenant un code unique et le nom de mon site Internet.
5. Je crée une fiche de mesures sur laquelle je note le code unique, le lieu où j'ai « perdu » les clés, l'heure et une estimation de la fréquentation de la rue.

Me voila fin prêt pour lancer mon expérimentation. La métrique que j'observe est le nombre de clés qui me reviennent par rapport au nombre de celles que j'ai perdues. Je décide que cette expérimentation sera un succès si au moins 50 % des clés me reviennent.

Pendant deux jours, je sème 17 jeux de clés dans les rues de Toulouse. La chose n'est pas si aisée car j'ai l'impression que tout le monde me regarde.

Vous lecteur, vous trouvez des clés dans la rue, cherchez-vous à contacter le propriétaire ? Sur ces 17 trousseaux de clés, combien pensez-vous que j'en ai récupérés ?