

my **sbm**
sustainable business models

Bases de la création de projets (ou d'organisations)

1^{ère} partie – 11 mars 2023

Claude Michaud

Bases de la création de projets ou d'organisations

Objectifs

- Développer la « pensée projet »
- Comprendre la différence entre un projet ponctuel et un projet d'organisation
- Développer des projets pour répondre à des besoins réels et pertinents
- Cheminer du résultat recherché à la planification globale
- Expérimenter et utiliser des outils simples de formulation de projets
- Mutualiser des bonnes pratiques ainsi que des "trucs et astuces"

Ton « Carnet de bord »

1^{ère} partie

sbm

4. Le voyage de la création d'entreprise ou de projet

Enfin, ce module te présente un peu plus notre « Voyage de la création d'entreprise ou de projet », une représentation un peu plus ludique, avec ses douze étapes, sans oublier les écueils qui peuvent te retarder ou perdre ton bateau, les retours en arrière nécessaires et même des passerelles pour inviter tes publics cibles à monter à bord.

Nous allons voyager ensemble dans ce parcours, et réaliser quelques-unes des activités (Bulles) à l'issue de ses douze étapes. Les deux parcours, de création entreprise et de création de projet possèdent un tronc commun, une partie absolument similaire avec :

Parcours projet

Parcours entreprise*

si surtout des noms adaptés et les deux dernières étapes sensiblement différentes.

Maintenant que tu as survolé très brièvement les douze étapes, où penses-tu en être ?

Regarde les titres des 12 modules, des chapitres 5 à et essaie de dire où tu en es :

- J'ai déjà réalisé les étapes : 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12
- Et mon « voyage » s'appelle :

5. Etape 1 : Définir le contexte d'observation

première chose avec laquelle il te faut être au clair, c'est ton contexte, aussi bien interne qu'externe ! Entre autres, il te faut penser à :

- L'équipe : leurs compétences et leurs préférences au travail (ce qu'ils / elles aiment le plus faire) ;
- La ou les zones géographiques où ton activité va se déployer (quartier, ville, pays ?) ;
- Le domaine d'activités : par exemple restauration, culture, hébergement, animation, etc.
- Le public global que tu vas observer, pour mieux le comprendre.

Personne de l'équipe	Compétences (sait faire)	Préférences (aime faire)

- Ton carnet de bord
- Projets x organisations: ressemblances, différences et cohabitation
- Par où commencer, suivre mon intuition ?
- Le « Voyage de la création... », deux parcours très proches en 12 étapes (Ton contexte interne et externe)
- Ton challenge, ton grand défi
- L'observation de ton terrain de jeu (avec empathie)
- Et alors, quel est ton point de vue ?

Ronde d'ouverture

Sur un post-it* :

1. Le nom de ton projet et ton prénom, nom
2. En une phrase seulement, tes attentes et ta motivation à suivre cette formation

**Bien lisible et à coller sur la feuille des projets*



my **sbm**
sustainable business models

Création de projets ou d'organisations*

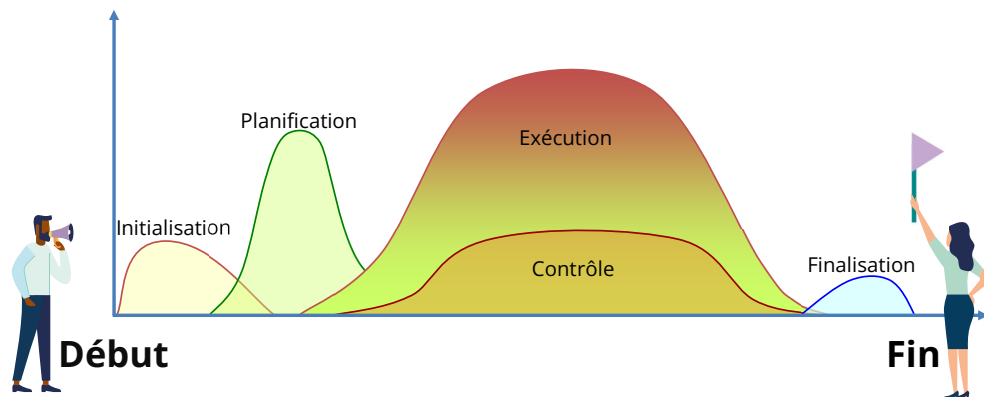
Ressemblances et différences

OU

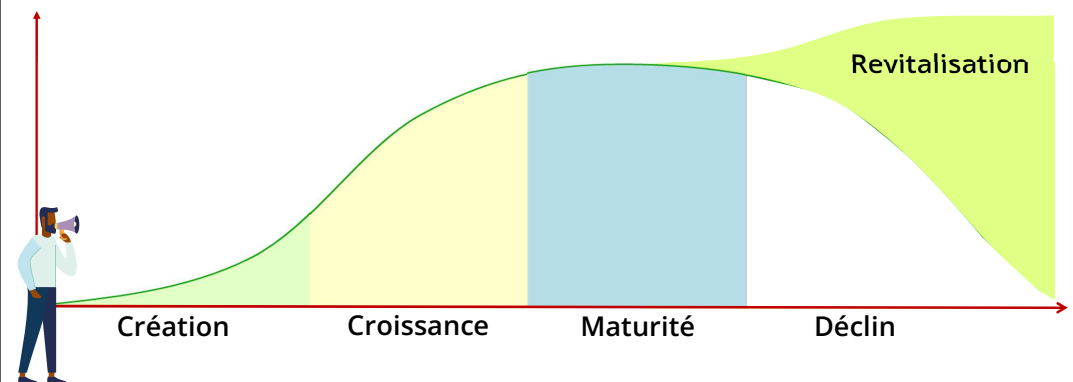
** Une entreprise est une organisation !*

A grid of many small, diverse human faces. Overlaid on the grid is a bell curve (normal distribution) with a red line underneath. The curve is divided into three colored sections: green on the left, blue in the middle, and purple on the right. The word 'OU' is written in the middle of the grid.

Le cycle de vie d'un projet...

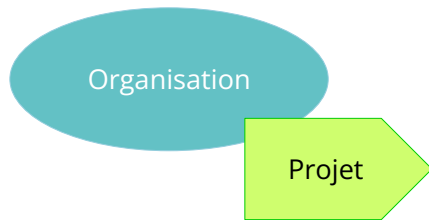


Le cycle de vie d'une organisation...



Quelques ressemblances

- Ensembles d'activités, destinés à produire des choses et des résultats
- Ont des besoins de ressources humaines, d'infrastructure et de production
- Devraient « provoquer » des changements, des impacts positifs
- Doivent être mesurables et mesurés



Exemples

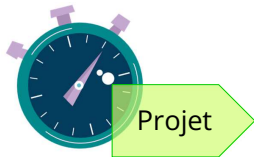
Organisation

Un espace pour l'échange de vêtements de 2^{ème} main, avec un atelier de couture et un coin « café-croissant ».

Projet

La création d'un site internet avec un agenda de réservation d'utilisation des machines à coudre.

Principales différences

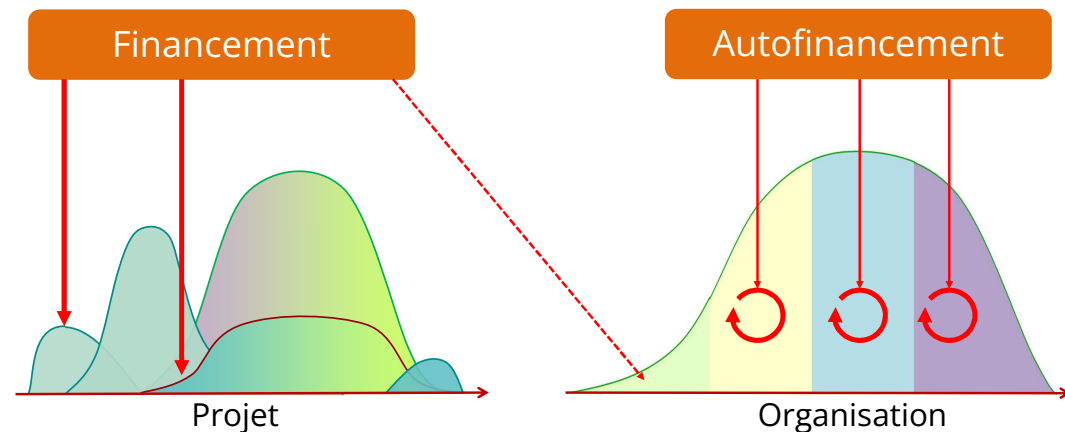


- **Durée:** déterminée
- **Exécution:** une seule fois
- **Livrable(s):** unique(s)
- **Risques:** élevés, ± prévisibles
- **Finances:** avant

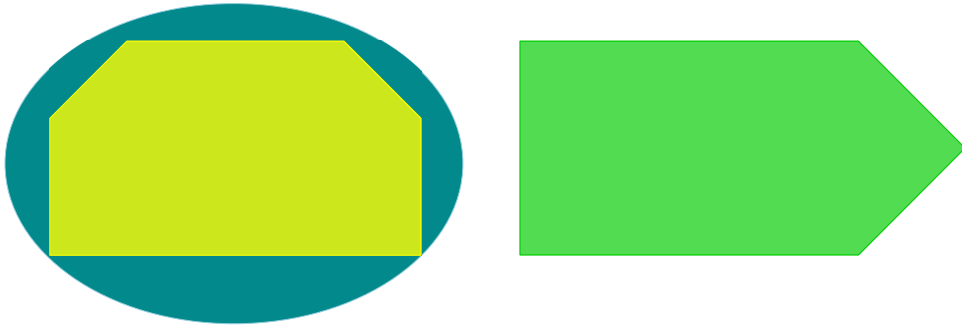


- **Durée:** indéterminée
- **Exécution:** une seule fois (*en principe*)
- **Livrable(s):** répétitifs mais évolutifs
- **Risques:** évolutifs + imprévisibles
- **Finances:** investissement → ROI

Autre grande différence: le financement



A retenir...



Le plus important que tu as retenu...

Quelles sont les particularités d'un projet ponctuel?

Powered by  Poll Everywhere

Start the presentation to see live content. For screen share software, share the entire screen. Get help at pollev.com/app

Le plus important que tu as retenu...

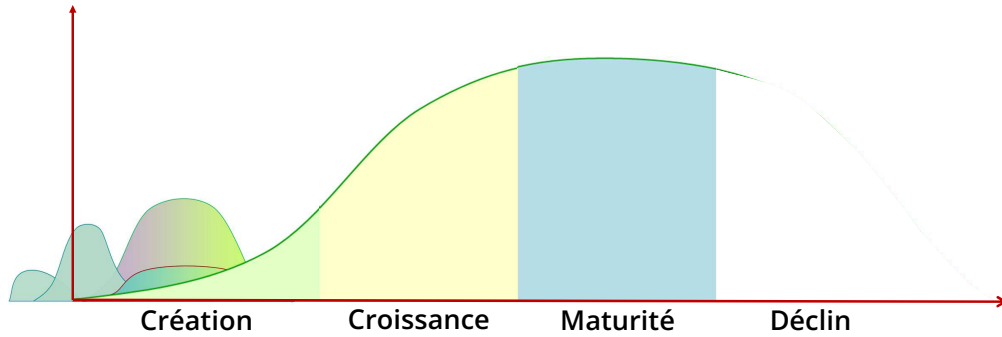
Quelles sont les particularités singulières d'une organisation

Powered by  Poll Everywhere

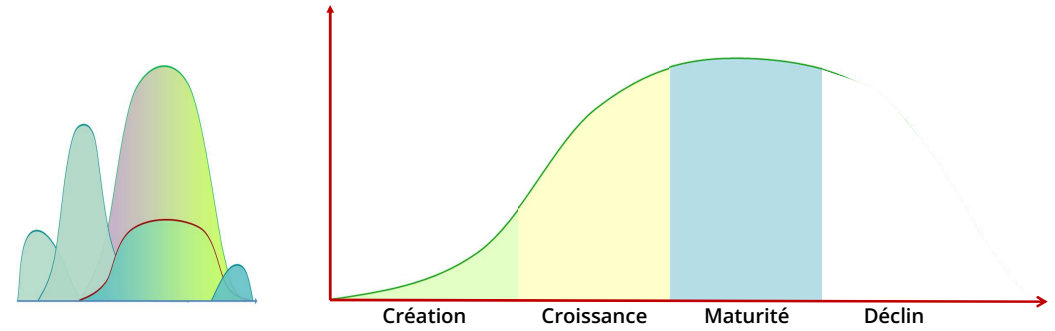
Start the presentation to see live content. For screen share software, share the entire screen. Get help at pollev.com/app



Le projet de création d'une organisation

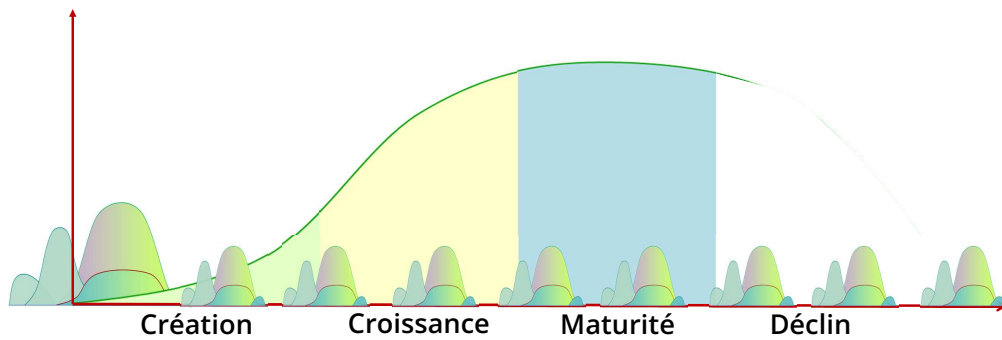


Un projet réussi se transformant en une entreprise*



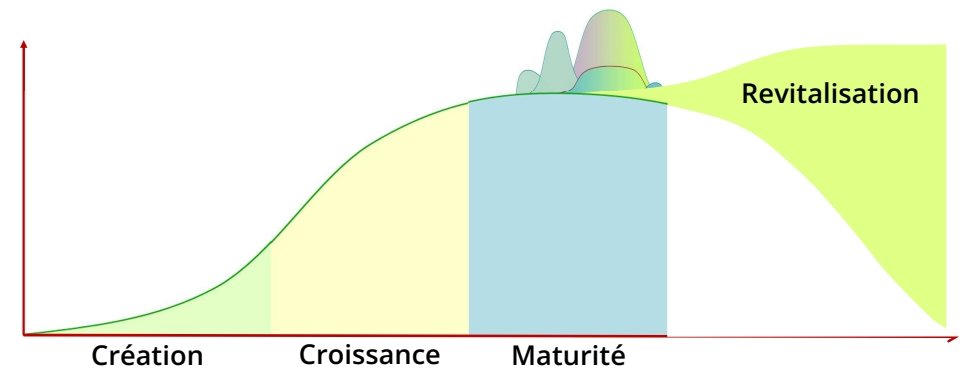
** Une entreprise est une organisation !*

Une organisation* travaillant par projets



** Une organisation est une entreprise !*

Le projet de revitalisation pour empêcher le déclin



Complémentarité

Ils ne vivent pas les uns sans les autres !



Question: que nous amènes-tu ?

De quel type est ton projet ?

- Un projet unique, exécuté une seule fois
- Un projet ponctuel, répété quelques fois
- Un projet de création d'une organisation
- Un projet de revitalisation d'une organisation
- Un projet exécuté par une organisation

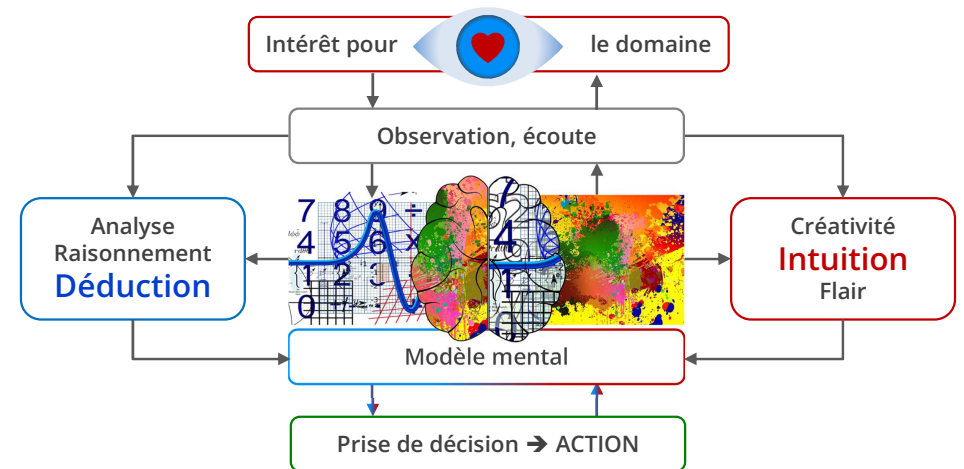


Start the presentation to see live content. For screen share software, share the entire screen. Get help at polllev.com/app

Par où et par quoi commencer ?
(raisonnement versus intuition)

...si je sais déjà parfaitement ce que je veux faire...

Raisonnement x Intuition



L'intuition pour les neurosciences

1. Résultat de **processus cognitifs subconscients** qui impliquent l'activité de différentes régions du cerveau...
2. Qui travaillent ensemble pour traiter rapidement les **informations sensorielles et mémorielles** pour les évaluer et prendre une décision, sans la nécessité de conscientiser ou de raisonner de manière logique...
3. **Plus fiable** lorsque la personne a une grande expérience et une compréhension approfondie dans un domaine donné, mais...
4. Peut être **biaisée ou manquer de pertinence** dans des situations nouvelles ou complexes...
5. Il est donc important de la **compléter avec une analyse logique et rationnelle** pour prendre des décisions éclairées.

Attention, l'intuition n'est pas infaillible !

1. Ne l'utilise que lorsque tu es calme
2. **Ne l'utilise que dans des domaines que tu maîtrises bien**
3. Ne l'utilise que dans des contextes familiers
4. Ne l'utilise pas pour chercher à prédire l'improbable
5. Ne confonds pas impulsions primaires et intuition

Donc, fais comme si tu ne savais rien... avec 4 outils

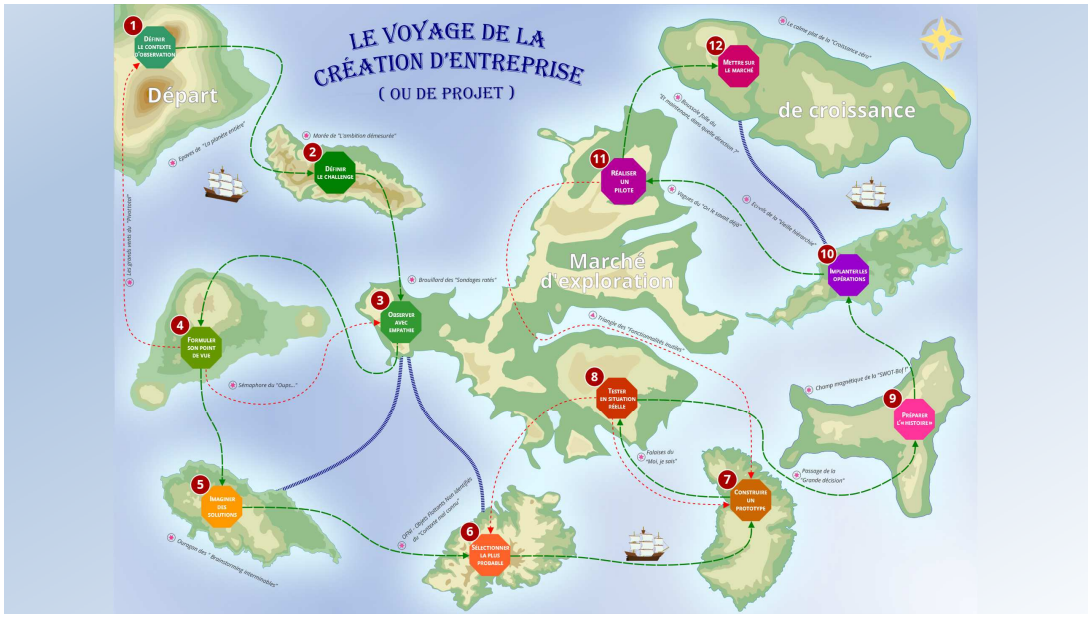


(pour aller sur le terrain)

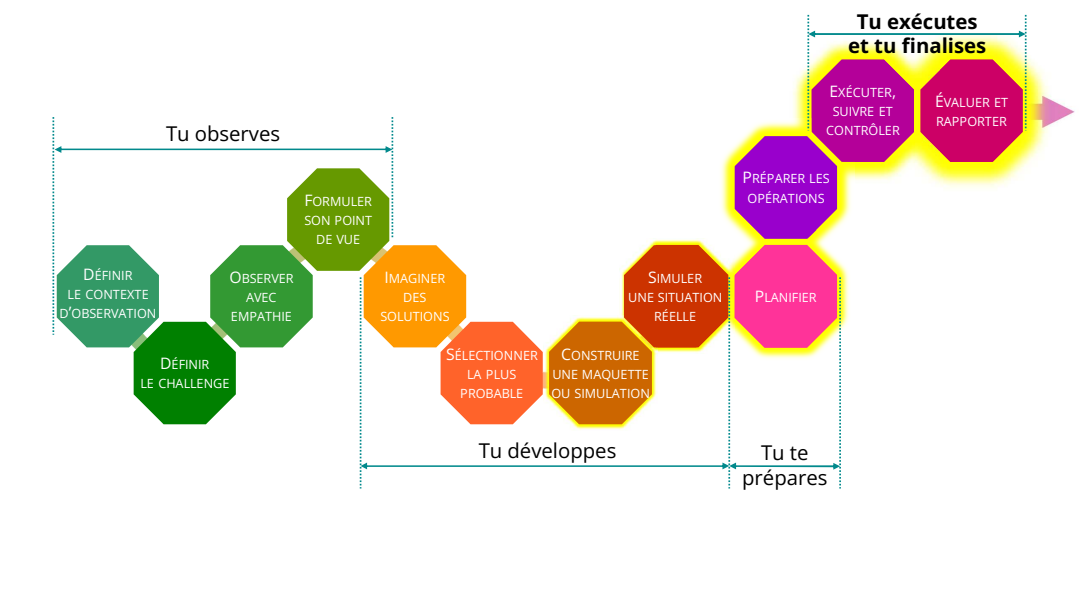


- Tes yeux (pour observer)
- Tes oreilles (pour écouter)
- Ta bouche (pour quelques questions)

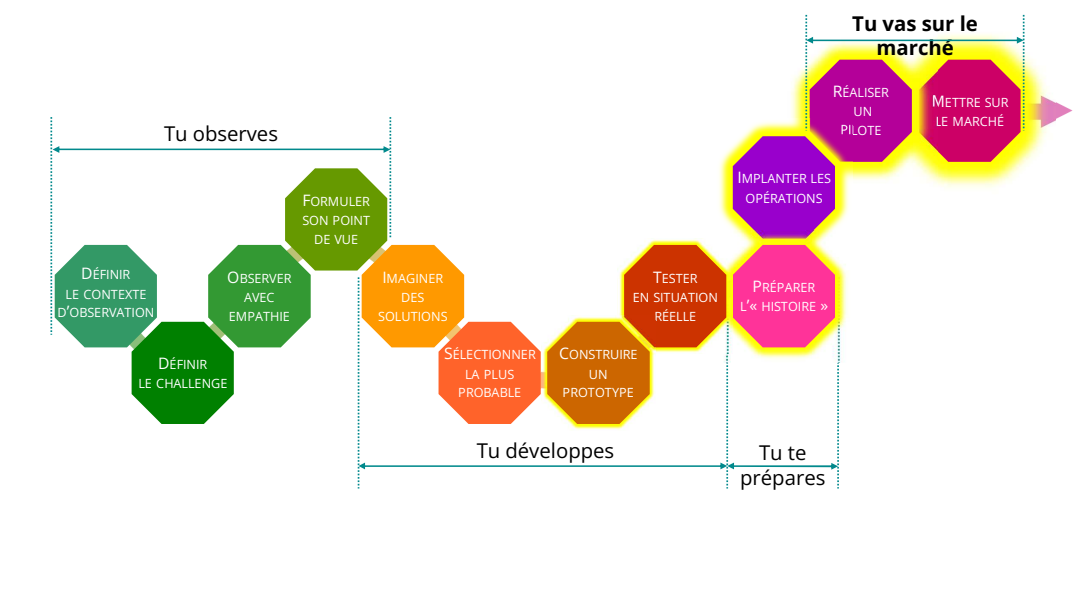




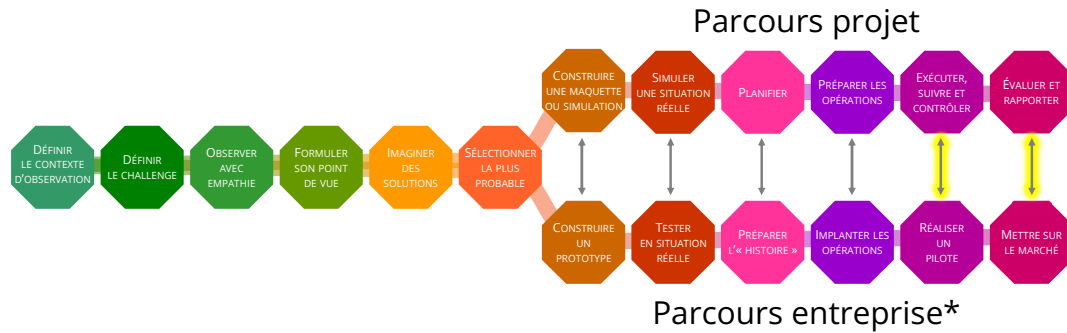
Le parcours de création de projets: 12 étapes



Le parcours de création d'organisation: 12 étapes



Parcours très compatibles



** Une organisation est une entreprise !*

my **sbm**
sustainable business models

Les douze étapes du voyage...

...et quelques-unes de leurs balises

1. DÉFINIR LE CONTEXTE D'OBSERVATION

1 DÉFINIR LE CONTEXTE D'OBSERVATION

Balises:

- Equipe:
 - Compétences
 - Préférences au travail
- Domaine d'activités
- Zones géographiques
- Public **global**
- Etc.

LE VOYAGE DE LA CRÉATION D'ENTREPRISE (OU DE PROJET)

Epaves de "La planète démesurée"

2. DÉFINIR LE CHALLENGE

2 DÉFINIR LE CHALLENGE

Balises:

- Valeurs partagées
- Raison d'être (pourquoi?)
- Vision à long terme
- Etc.

Brouillard des "Sondages ratés"

Mar d'explo

ATTENTION AUX ÉCUEILS !

⊛ *Brouillard des "Sondages ratés"*

OUPS !

3
OBSERVER

3. OBSERVER AVEC EMPATHIE

Balises:

- Publics cible à observer
- Sondages et interviews sur **leurs besoins ou envies**
- Arbre des problèmes
- Analyse des parties prenantes
- Etc.

3
OBSERVER
AVEC
EMPATHIE

ché
ration

Triangle des "Fonctionnalités inu

4. FORMULER SON POINT DE VUE

4
FORMULER
SON POINT
DE VUE

Balises:

- Problèmes → objectifs
- Impacts recherchés
- Zones d'intervention
- Critères de sélection des alternatives
- Etc.

OBSERVER
AVEC
EMPATHIE

5. IMAGINER DES SOLUTIONS

Balises:

- Brainstorming les idées de solutions
- Modéliser avec un Super Canevas
- 1^{er} tableau de la concurrence
- Etc.

5
IMAGINER
DES
SOLUTIONS

OFNI - Objets Flottants Non identifiés
du "Contexte mal connu"

6

6. SÉLECTIONNER LA PLUS PROBABLE

Balises:

- Sondage sur les idées de solutions
- Analyse PESTEL et de la concurrence
- Evaluation préliminaire des coûts
- Sélection par les critères
- Etc.

6
SÉLECTIONNER
LA PLUS
PROBABLE

7. CONSTRUIRE UN PROTOTYPE

Balises:

- Conception de la solution
 - Livrables, travail, activités
 - Ressources globales nécessaires
- Affinage du calcul des coûts (et des prix de vente)
- Etc.

6
SÉLECTIONNER
LA PLUS
PROBABLE

Etape pour
les projet

CONSTRUIRE
UNE MAQUETTE
OU SIMULATION

7
CONSTRUIRE
UN
PROTOTYPE

8. TESTER EN SITUATION RÉELLE

Balises:

- Segments pour les tests et bêta-testeurs
- Tests des prototypes ou simulation
- Révision et divers affinages
- Etc.

8
TESTER
EN SITUATION
RÉELLE

SIMULER
UNE SITUATION
RÉELLE

9. PRÉPARER L'HISTOIRE

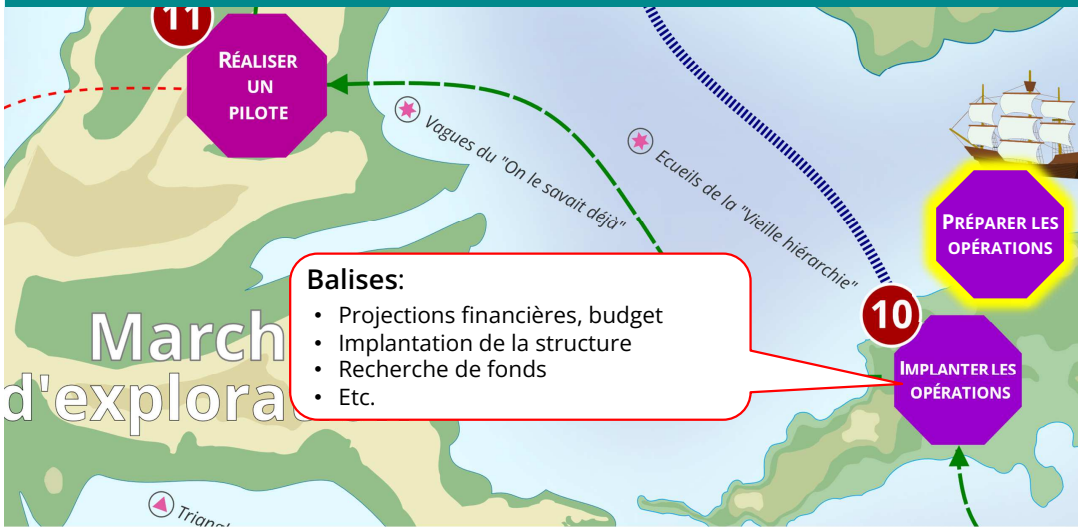
Balises:

- Planning des activités (liste et séquençement)
- Ressources pour les activités
- Analyse des risques
- Analyse SWOT
- Planification de la communication
- Etc.

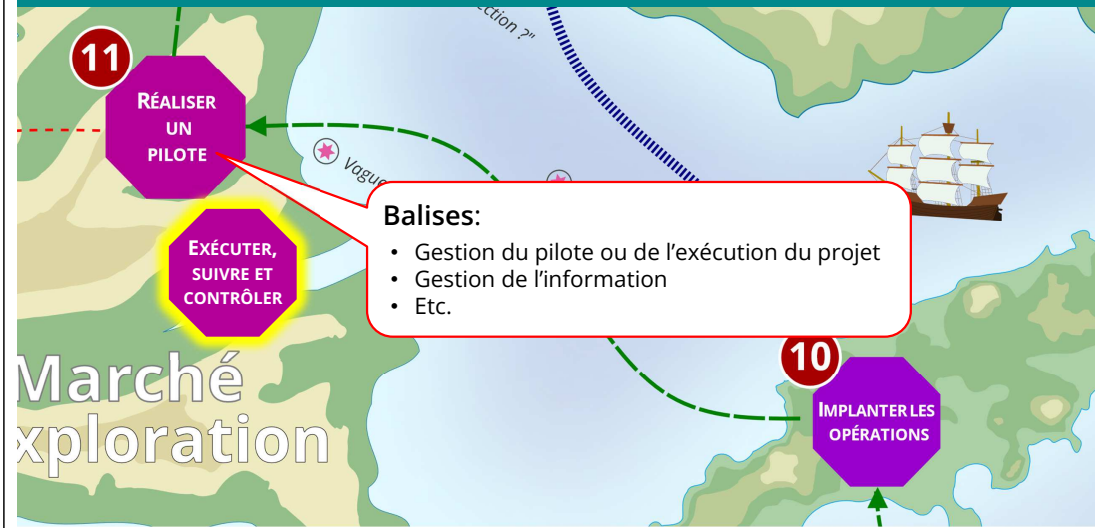
9
PRÉPARER
L'« HISTOIRE »

PLANIFIER

10. INPLANTER LES OPÉRATIONS



11. RÉALISER UN PILOTE



12. METTRE SUR LE MARCHÉ



Pause de 10 minutes !



my **sbm**
sustainable business models

Etape 1:

- Equipe: compétences et préférences
- Zones géographiques
- Domaine d'activités
- Public global
- Etc.

DÉFINIR LE CONTEXTE D'OBSERVATION

Seul-e ou en équipe ?

Compétences

Valeurs
partagées

Préférences

Quels sont tes **3** meilleurs blocs ?

Les 3 meilleurs ?

<p>Conception et modélisation d'opportunités</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Connaissance de l'environnement 2. Recherche d'opportunités 3. Mission et vision 4. Business model 5. Evaluation commerciale 6. Evaluation de mise en œuvre 7. Evaluation financière 	<p>Gestion de l'information</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Définition des besoins 2. Identification des sources 3. Veille informationnelle 4. Réseautage 5. Informatique et internet 6. Analyse et synthèse 7. Gestion de la connaissance 	<p>Marketing</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analyse d'opportunités 2. Etude de marché 3. Sélection de marché 4. Conception de prestations 5. Analyse de concurrence 6. Positionnement 7. Stratégie marketing 	<p>Promotion et ventes</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Stratégie commerciale 2. Formulation de l'offre 3. Choix des canaux 4. Promotion des ventes 5. Prospection et acquisition 6. Suivi commercial 7. Fidélisation 	<p>Relations et communication institutionnelles</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Réseaux sociaux 2. Alliances et partenariats 3. Sphère d'influence 4. Communication institutionnelle 5. Communication dans les médias 6. Gouvernance externe
<p>Stratégie et gestion de projets</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Vision stratégique 2. Gestion des risques 3. Stratégie de développement 4. Fixation d'objectifs 5. Mesure de résultats 6. Gestion de projets 7. Evaluation 	<p>Organisation, opérations et logistique</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Administration 2. Qualité 3. Ressources 4. Infrastructure 5. Négociation 6. Opérations, production 7. Distribution 8. Juridique 	<p>Gestion financière et des coûts</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Calcul du point mort 2. Planification financière 3. Budget 4. Comptabilité 5. Trésorerie 6. Prise de décision 7. Relations financières 8. Recherche de fonds, investisseurs 	<p>Gestion des RH et gouvernance interne</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Politique RH 2. Gestion RH 3. Cahiers des charges 4. Management 5. Leadership 6. Participation 7. Gestion de conflits 	<p>Qualités personnelles</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Organisation 2. Analyse 3. Décision 4. Poursuite des objectifs 5. Adaptabilité 6. Self-confiance 7. Respect 8. Communication

When poll is active, respond at pollev.com/claudemichau631
Text **CLAUDEMICHAU631** to **079 807 15 49** once to join

Quels sont tes trois meilleurs blocs de compétences?

Gestion de l'information

Marketing

Promotion et ventes

Relations et communication institutionnelles

Stratégie et gestion de projets

Organisation, opérations et logistique

Gestion financière et des coûts

Gestion des RH et gouvernance interne

Powered by Poll Everywhere
Start the presentation to see live content. For screen share software, share the entire screen. Get help at pollev.com/app

Quels sont tes 3 pires blocs ?

Conception et modélisation d'opportunités <ol style="list-style-type: none"> 1. Connaissance de l'environnement 2. Recherche d'opportunités 3. Mission et vision 4. Business model 5. Evaluation commerciale 6. Evaluation de mise en œuvre 7. Evaluation financière 	Gestion de l'information <ol style="list-style-type: none"> 1. Définition des besoins 2. Identification des sources 3. Veille informationnelle 4. Réseautage 5. Informatique et internet 6. Analyse et synthèse 7. Gestion de la connaissance 	Marketing <ol style="list-style-type: none"> 1. Analyse d'opportunités 2. Etude de marché 3. Sélection de marché 4. Conception de prestations 5. Analyse de concurrence 6. Positionnement 7. Stratégie marketing 	Promotion et ventes <ol style="list-style-type: none"> 1. Stratégie commerciale 2. Formulation de l'offre 3. Choix des canaux 4. Promotion des ventes 5. Prospection et acquisition 6. Suivi commercial 7. Fidélisation 	Relations et communication institutionnelles <ol style="list-style-type: none"> 1. Réseaux sociaux 2. Alliances et partenariats 3. Sphère d'influence 4. Communication institutionnelle 5. Communication dans les médias 6. Gouvernance externe
Stratégie et gestion de projets <ol style="list-style-type: none"> 1. Vision stratégique 2. Gestion des risques 3. Stratégie de développement 4. Fixation d'objectifs 5. Mesure de résultats 6. Gestion de projets 7. Evaluation 	Organisation, opérations et logistique <ol style="list-style-type: none"> 1. Administration 2. Qualité 3. Ressources 4. Infrastructure 5. Négociation 6. Opérations, production 7. Distribution 8. Juridique 	Gestion financière et des coûts <ol style="list-style-type: none"> 1. Calcul du point mort 2. Planification financière 3. Budget 4. Comptabilité 5. Trésorerie 6. Prise de décision 7. Relations financières 8. Recherche de fonds, investisseurs 	Gestion des RH et gouvernance interne <ol style="list-style-type: none"> 1. Politique RH 2. Gestion RH 3. Cahiers des charges 4. Management 5. Leadership 6. Participation 7. Gestion de conflits 	Qualités personnelles <ol style="list-style-type: none"> 1. Organisation 2. Analyse 3. Décision 4. Poursuite des objectifs 5. Adaptabilité 6. Self-confiance 7. Respect 8. Communication

Les 3 pires ?

When poll is active, respond at pollev.com/claudemichau631
Text **CLAUDEMICHAU631** to **079 807 15 49** once to join

Quels sont tes trois pires blocs?

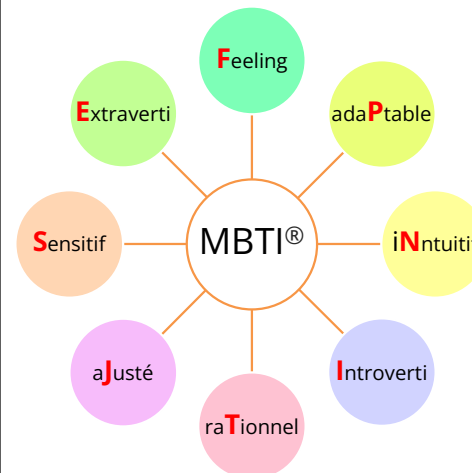
Gestion de l'information
Marketing
Promotion et ventes
Relations et communication institutionnelles
Stratégie et gestion de projets
Organisation, opérations et logistique
Gestion financière et des coûts
Gestion des RH et gouvernance interne

Powered by [Poll Everywhere](https://www.poll-everywhere.com/)
Start the presentation to see live content. For screen share software, share the entire screen. Get help at pollev.com/app

Comble tes
lacunes !

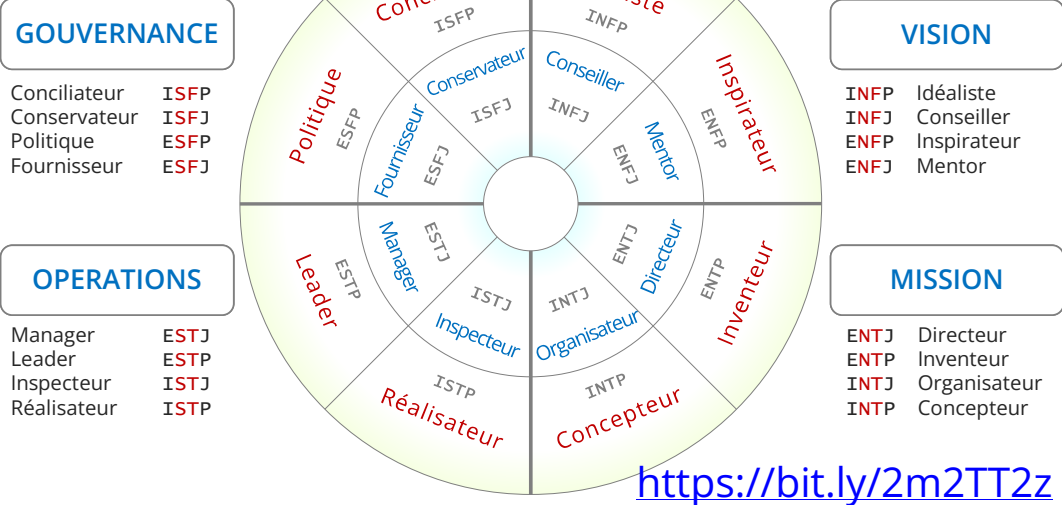
Morale de l'histoire...

Le MBTI® – Profil de préférences au travail



- Basé sur la théorie des archétypes psychologiques de Carl Gustav Jung
- 4 dimensions → 2 polarités → 16 combinaisons
 - Extraversion ou Introversion
 - iNtuition ou Sensation
 - raTionnel ou Feeling
 - aJustement versus adaPtable
- 1 type prédominant → 4 permutations « possibles »

Une organisation... ..des préférences



Quel est ton profil ?

Respond at pollev.com/claudemichau631
 Text **CLAUDEMICHAU631** to **079 807 15 49** once to join, then **A, B, C, D, E...**

Quel est ton profil MBTI?

- ENFJ Mentor **A**
- ENFP Inspirateur **B**
- ENTJ Directeur **C**
- ENTP Inventeur **D**
- ESFJ Fournisseur **E**
- ESTJ Manager **F**
- ESFP Politique **G**
- ESTP Leader **H**
- INFJ Conseiller **I**
- INFP Idéaliste **J**
- INTJ Organisateur **K**
- INTP Concepteur **L**
- ISFJ Conservateur **M**
- ISFP Conciliateur **N**
- ISTJ Inspecteur **O**
- ISTP Réalisateur **P**

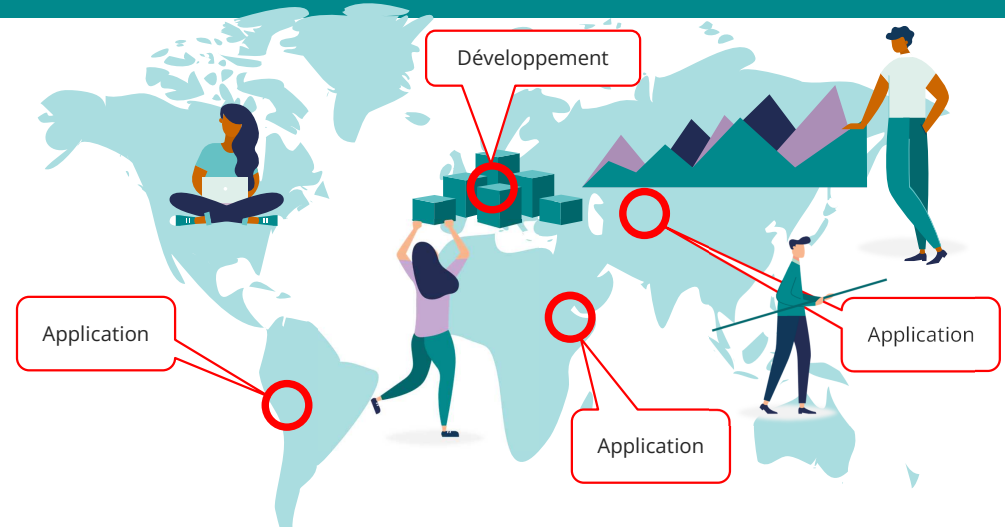
Powered by **Pol Everywhere**
 Start the presentation to see live content. For screen share software, share the entire screen. Get help at pollev.com/app

sbm
sustainable business models

Le contexte, le terrain de jeu

Géographique, mais pas que !

Contexte géographique



Dans quel domaine d'activités ?

- Environnement
- Divertissement
- Santé physique
- Santé mentale
- Hébergement
- Alimentation
- Restauration
- Agriculture
- Lien social
- Culture
- Emploi
- Etc.

Dans quel domaine d'activités ?

Start the presentation to see live content. For screen share software, share the entire screen. Get help at polllev.com/app

Pour quel public cible (global) ?



Tes valeurs partagées: un gage de cohérence



« Ce qui est posé
comme vrai, beau, bien,
d'un point de vue personnel
ou selon les critères d'une société
et qui est donné comme un **idéal à atteindre**,
comme quelque chose à défendre.

Dictionnaire Larousse

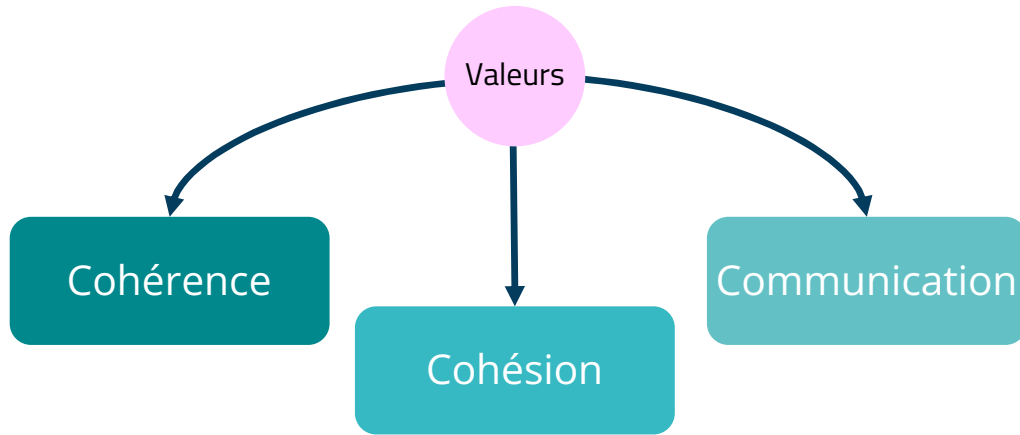
Etape 2:

- Valeurs partagées
- Raison d'être (pourquoi?)
- Vision à long terme
- Etc.

DÉFINIR
LE CHALLENGE



Une valeur: à quoi ça sert ?



Quelles sont les tiennes (vôtres) ?

Ambition Amélioration continue Apprentissage continu Approche démocratique Atteinte de l'autofinancement Autonomie Autonomisation Bien-être social Citoyenneté corporative	Discipline Discretion Disponibilité Dynamisme Echange Ecologie, développement durable Economicité, efficacité Ecoute Efficacité Egalité	Justice sociale Légalité Liberté Loyauté Maîtrise Mesure et évaluation Obéissance Orientation sur la mission Originalité Ouverture à la diversité	Réputation Respect d'autrui Respect des engagements Responsabilité Responsabilité sociétale Sagesse Santé et sécurité Satisfaction du client Sens de la vie Sens des responsabilités
--	--	--	---

<https://bit.ly/3dYOBhB>

Compassion envers les autres Compétitivité Confiance Confidentialité Conformité Consensus Coopération Courage Création de valeur Créativité Croissance organisationnelle	Esprit d'initiative Ethique Expertise Fiabilité Générosité Honnêteté Humanité Humour / fun Imagination Impartialité Incorruptibilité	Prise de risque Productivité Professionnalisme Profitabilité Prosperité Qualité Qualité du service Réactivité Réalisation Recherche de l'excellence Recherche de l'impact	Solidité financière Succès Tolérance Transparence Travail en équipe Utilité Valorisation Vérité Vision à long terme Vision à moyen terme Vision partagée
--	--	---	--

Qu'as-tu choisi ?

Quelles sont tes principales valeurs?

Powered by Poll Everywhere

Start the presentation to see live content. For screen share software, share the entire screen. Get help at polllev.com/app

Ta raison d'être: un objectif ultime et commun

Le contexte auquel tu aspiras dans le futur et pour lequel tu auras pu **contribuer** avec toute ton énergie et ton cœur à l'exemple de Martin Luther King¹

¹) I have a dream, one day...



**Vision souhaitée
du contexte futur**

Ta vision du futur: une position à atteindre



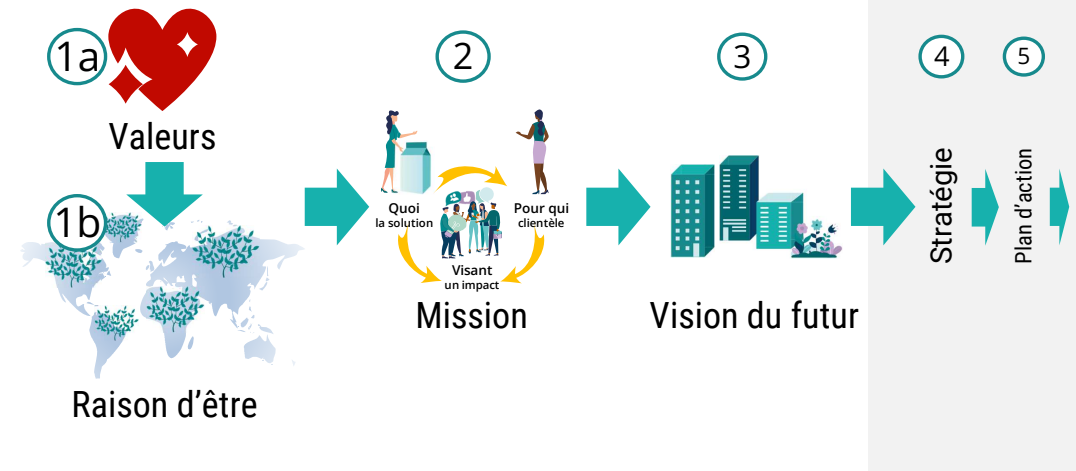
C'est la projection de ton entreprise ou de ton organisation dans ce contexte futur, d'ici 5, 10, 15 ou 20 ans !

C'est comme si tu étais interviewé par un journaliste du futur qui te demande :

« Dis-moi ce qu'est devenue cette jeune pousse d'entreprise¹ que j'ai connue par le passé »

¹ou ce premier projet

L'ADN du projet ou de l'organisation



Etape 3:

- Publics cible à observer
- Sondages et interviews sur leurs besoins ou leurs envies
- Analyse des parties prenantes
- Arbre des problèmes
- Etc.

OBSERVER
AVEC
EMPATHIE

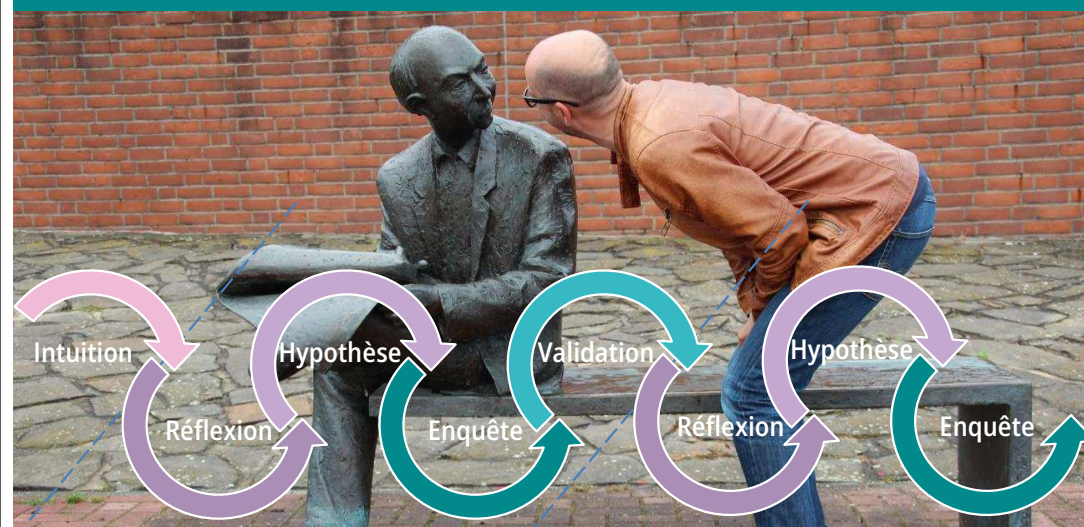
Le public cible à observer...



Le public cible à observer...



Pour (in)valider tes hypothèses



Poser les bonnes questions aux bonnes personnes

J'ai une question:
« Parfois, vous vous posez des questions ? »



- **Sondages**
 - 5 à 10 questions
 - Plutôt des questions fermées
 - Idéalement 80 à 120 réponses
- **Interviews**
 - Environ 10 questions centrales
 - Durée de 10 à 15 minutes (prévoir plus)
 - Mélange de questions ouvertes et fermées
 - Semi-directif
 - Idéalement une dizaine d'interviews

<https://bit.ly/318x649>



Que dessiner ?

Pas besoin d'être un-e artiste !

- Ton organisation ou ton projet
- Ses clientèles,
- Les bénéficiaires indirects
- Les prestations et services de logistique
- Les influenceurs, les partenaires
- La concurrence directe ou indirecte
- Les ressources, les fournisseurs
- La topologie, la pluie et le beau temps...

Et comment tout ça est relié !



Exemple:

L'image riche est aussi très utile pour d'autres étapes!

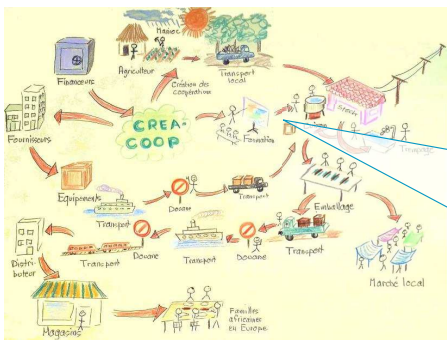


CRÉA-COOP

Une association créatrice de coopératives agricoles de production de chicouangue en RDC



Tu y (re)découvriras...



Tu y (re)découvriras :

- Les risques
- Les relations
- Les activités
- Les influences
- Les problèmes
- Les opportunités

Exercice collectif

1. On dessine l'organisation
2. On dessine ses prestations
3. On dessine ses clientèles
4. On dessine ce qu'elles font
5. On dessine les contextes
6. On dessine d'autres parties prenantes
7. On dessine la concurrence
8. ...
9. ...
10. On trace les **relations** entre tous ces éléments
11. On écrit les noms de tous ces éléments





my **sbm**
sustainable business models

Les parties prenantes

Une perception de la gouvernance...



Des personnes physiques ou morales

Clientèles
clients et bénéficiaires

Parties prenantes



- Alliés
- Partenaires
- Prescripteurs
- Influenceurs
- Fournisseurs
- Médias
- Pers. Publiques
- Politiciens
- ...

Qui agissent avec toi, pour toi, en ta faveur...

...ou même contre ! *(mais ils ont d'autres noms)*

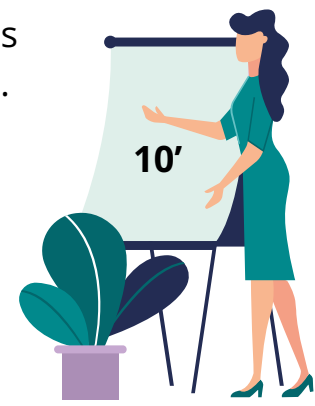


Concurrents indirects
Détracteurs
Concurrents directs
Adversaires
Mauvaises langues
Etc...

Discussion



Enumérons quelques-unes de vos parties prenantes...



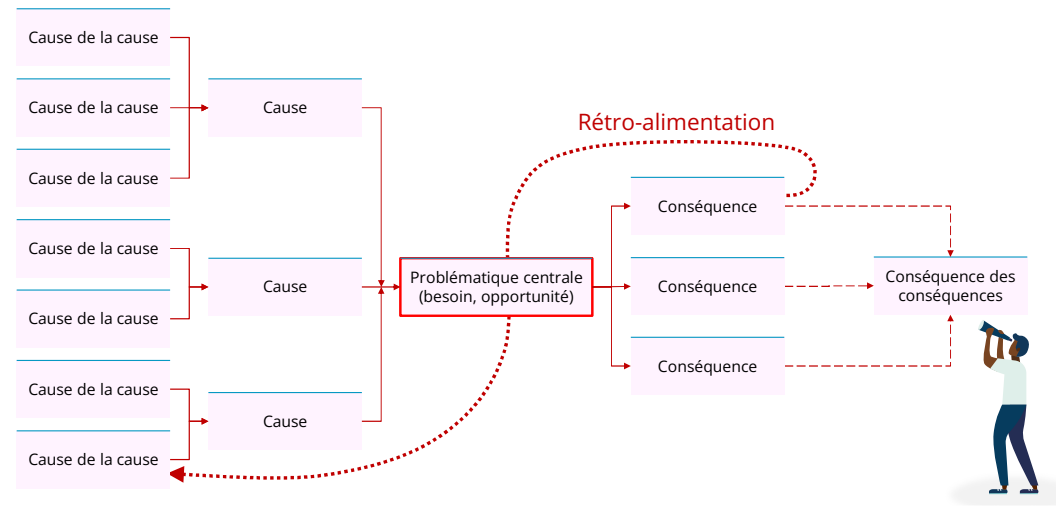


Bien comprendre la problématique

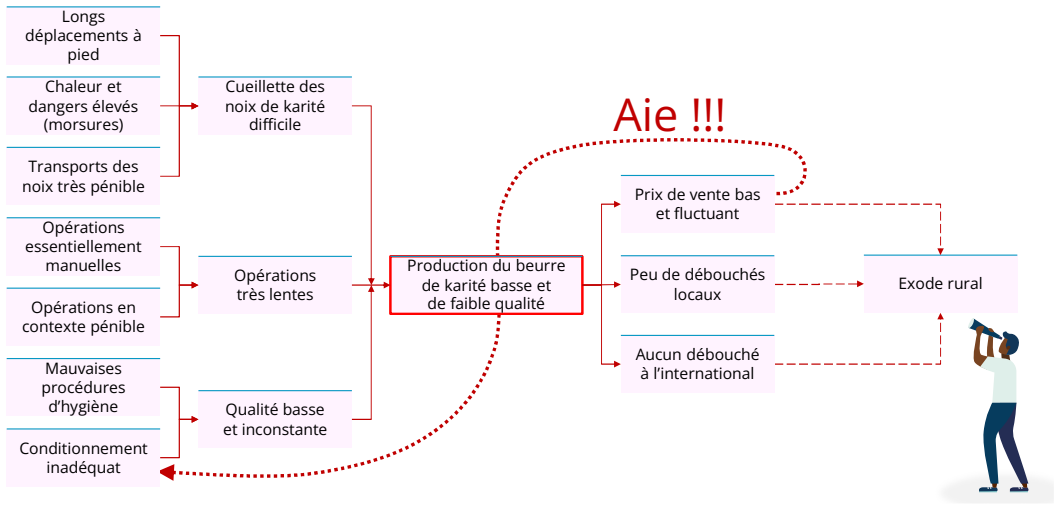
Problématique centrale (besoin, opportunité)



Avec un arbre, des Pourquoi? et des Et alors?

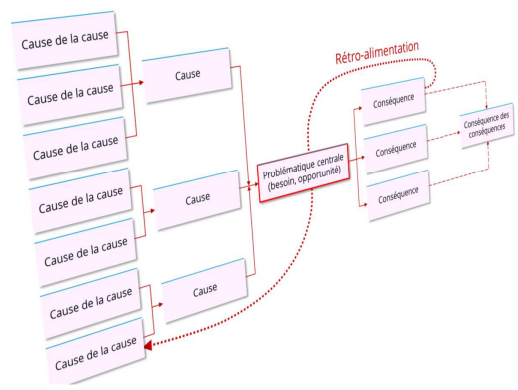


Exemple: production de beurre de karité au Sénégal



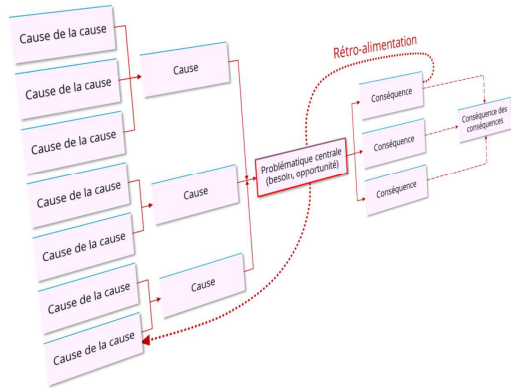
Exercice collectif

Construisons ensemble l'arbre des problèmes liés à un de vos projets.



Exercice individuel

Utilise des post-it ou une des affiches en format A3
(1 pour les causes et 1 pour les conséquences)



Etape 4:

- Problèmes → objectifs
- Impacts recherchés
- Zones d'intervention
- Critères de sélection des alternatives
- Etc.

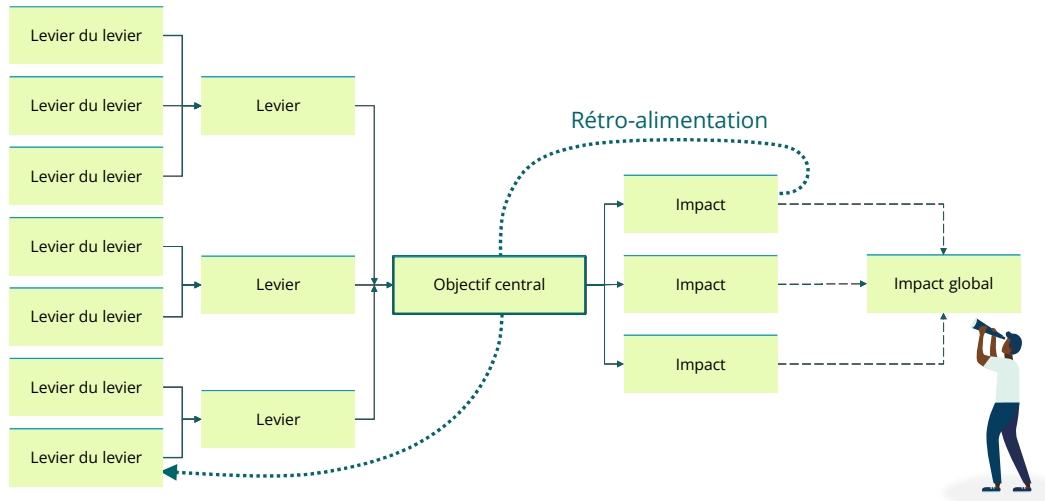
FORMULER
SON POINT
DE VUE

Un problème ?

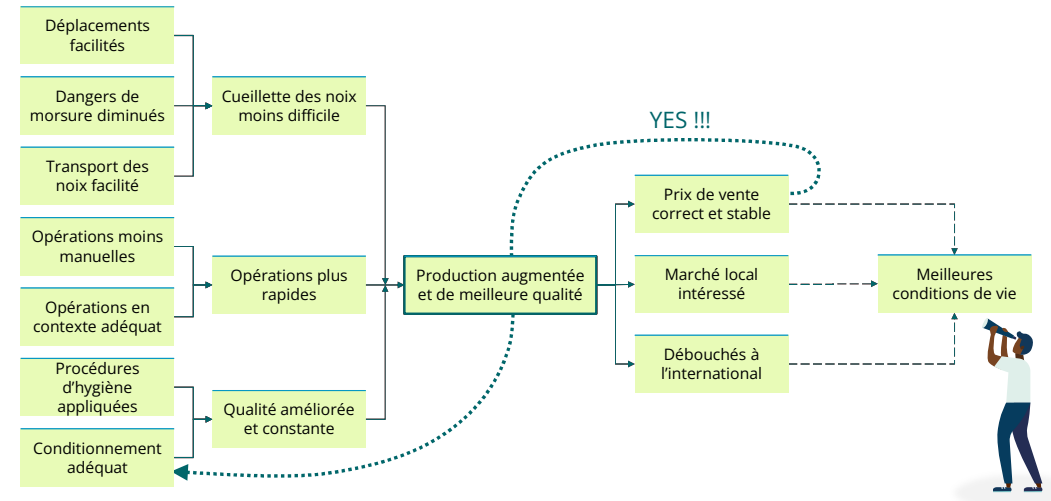
Des objectifs !



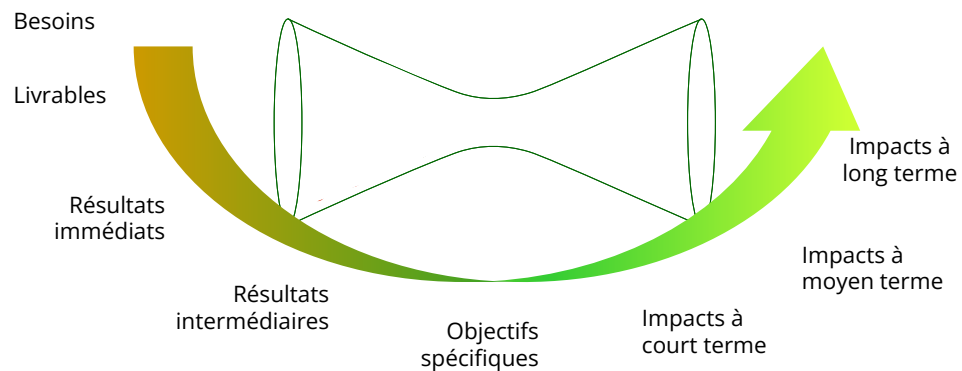
Et si tout était corrigé...



Exemple: production de beurre de karité au Sénégal



La chaîne des résultats et impacts



my sbm sustainable business models

Les zones d'intervention

Tu arrives à y faire quelque chose ?

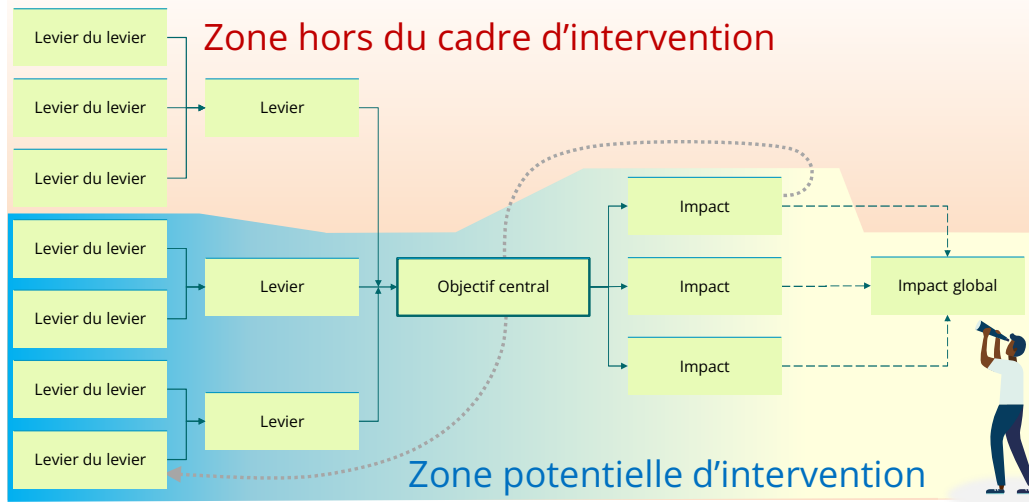
Levier du levier

Levier

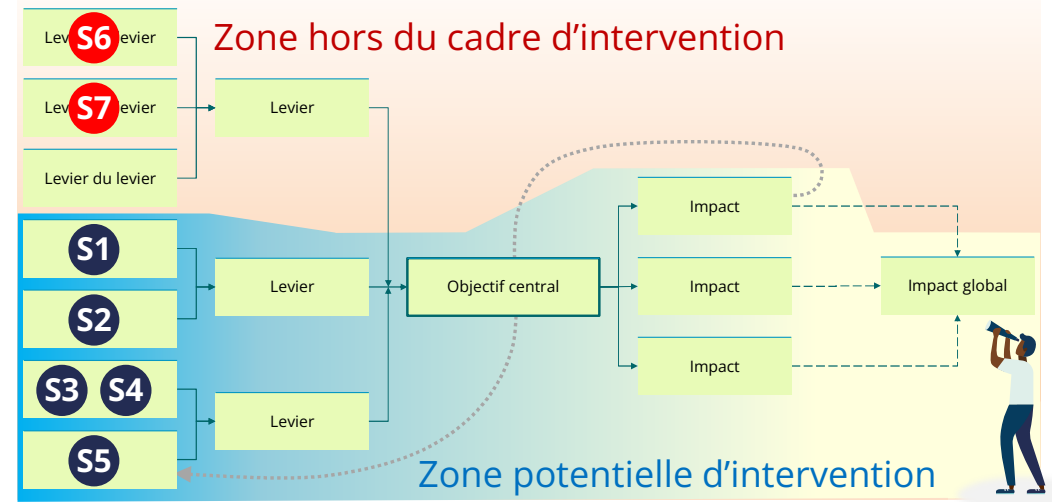
Objectif central

Impact

Mais d'abord, il faut définir la zone d'intervention



Mais d'abord, il faut définir la zone d'intervention



Comment choisiras-tu, avec quels critères ?



Papier



Caillou



Ciseaux

Sélection : au feeling ou avec des critères ?

Exemples de critères de sélection

Critère stratégique de sélection de solutions	Réponses aux critères et points attribués				
	0	1	2	3	4
Cohérence avec les valeurs de l'organisation	Fortement incohérente	Un peu incohérente	Acceptable	Cohérente	Renforce les valeurs
Cohérence avec la raison d'être de l'organisation	Fortement incohérente	Un peu incohérente	Neutre	Cohérente	Renforce la mission
Cohérence avec la mission de l'organisation	Fortement incohérente	Un peu incohérente	Neutre	Cohérente	Renforce la mission
Cohérence avec la vision de l'organisation	Fortement incohérente	Un peu incohérente	Neutre	Cohérente	Renforce la vision
Degré d'urgence	Très urgent	Assez pressé	Normal	Flexible	Sans délais précis
Stabilité des objectifs	Chaotiques	Inconstants	Risque modéré	Relativement stable	Très stable
Soutien des parties prenantes	Fortes oppositions	Quelques oppositions	Equilibre	Bon soutien	Soutien inconditionnel
Durée de la mise en œuvre	Très long > 2ans	Long 6 mois à 2 ans	Normal 2 à 6 mois	Court ½ à 1 mois	Très court < 15 jours
Coût de la mise en œuvre	Très élevé	Elevé	Moyen	Bas	Presque sans coûts
Ratio Bénéfice / Coût	Résultats ↓↓ Très coûteux	Résultats ↓ Coûteux	Equilibre ↓↑ raisonnable	Ratio favorable ↑	Ratio très favorable ↑↑



Etape 5:

- Brainstorming les idées de solutions
- Modéliser avec un Super Canevas
- 1^{ère} réflexion sur la concurrence
- Etc.

IMAGINER DES SOLUTIONS


Un p'tit brainstorming ?



Règle d'or et astuces

Règle d'or: la quantité plutôt que la qualité !

1. Trouver autant d'idées que possible lors de la session
2. Les idées folles et ambitieuses sont les bienvenues
3. Encourager à exploiter les idées des autres
4. En aucun cas ne critiquer des idées
5. Fixer la durée de la séance
6. Regrouper les idées identiques ou semblables
7. Laisser émerger l'intuition collective
8. Mais laisser aussi mariner après la séance

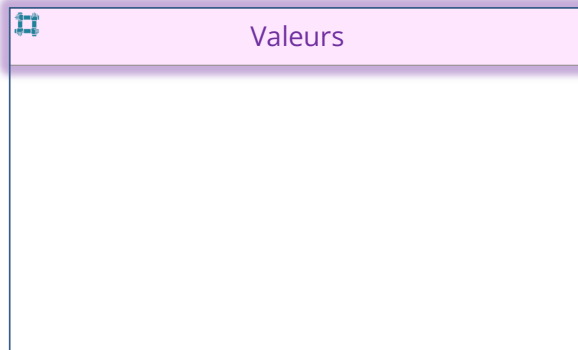



De la logique avant tout !

Avec les 18 questions du Super Canevas

Valeurs			
Besoins	Clients	Bénéficiaires	
Canaux de communication	Modes de relation	Canaux de distribution	
Produits	Services	Activités	Flux de revenus
Ressources de production	Ressources d'infrastructure	Ressources humaines	Structure des coûts
Partenaires	Impacts	Prescripteurs	

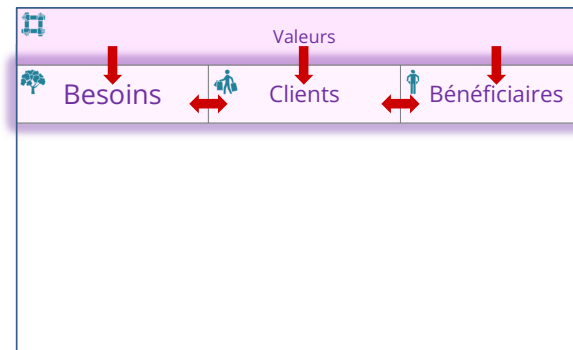
Avec quelle de cohérence, cohésion et communication ?



Les questions à te poser sont :

- Quelles sont nos profondes motivations ?
- Quelles attitudes voulons-nous mettre en avant ?
- Quels sont les principes que nous défendons ?
- Quels sont les aspects non négociables ?

Pour qui et pourquoi ?



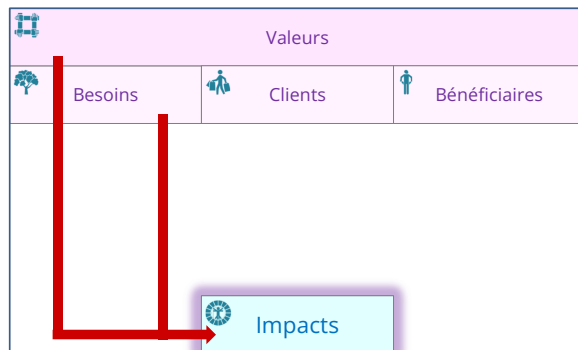
En fonction de notre ADN et de nos valeurs :

- A quels besoins avons-nous envie de répondre ?
- Qui ressent ces besoins (bénéficiaires et clients) ?
- Qui est prêt à payer pour une solution (clients *) ?

* Un bénéficiaire ne paie pas pour la prestation, un client paie pour lui ;

Exemple : une **entreprise (client)** t'engage pour animer un atelier sur la stratégie pour ses **collaborateurs (bénéficiaires)**.

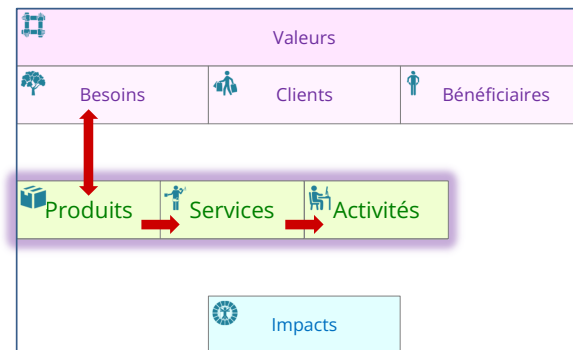
Visant quel changement ?



Tu ne propose pas seulement une prestation, mais une amélioration dans leur contexte :

- Quelles seront les conséquences positives de tes actions ?
- Comment tu les mesurer et les vérifier ?
- Créeras-tu aussi des impacts indirects ?

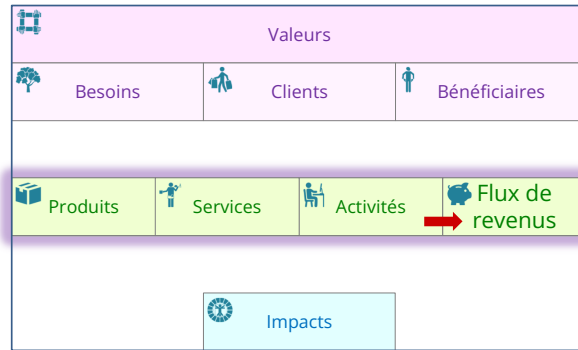
Avec quelle proposition de valeur ?



Tu désires apporter des solutions, des améliorations :

- Quels produits ou services puis-je proposer ?
- Comment vont-ils répondre aux besoins ?
- Quelles activités cela implique-t-il ?
- Comment et à quel prix pourront-ils être monétisés ?

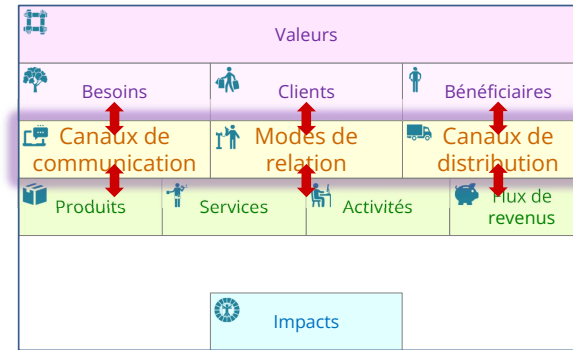
Comment avoir des revenus pour financer le tout ?



Quel sera ton modèle de revenus, de faire rentrer des finances :

- Vente directe ?
- Abonnements ?
- Location ?
- Contre-prestations ?
- Subventions, etc. ?

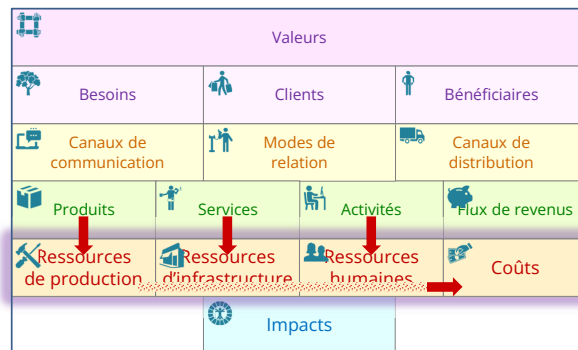
Quel liens entre toi et tes clientèles ?



C'est l'interface entre toi et tes clientèles :

- **Communication** : comment tes clients entendront-ils parler de toi ?
- **Modes de relation** : quelles relations maintiendras-tu avec tes clients ? Seront-elles personnalisées et humaines ou alors automatisées ?
- **Distribution** : comment tes produits et services arriveront-ils dans les mains de tes clients ?

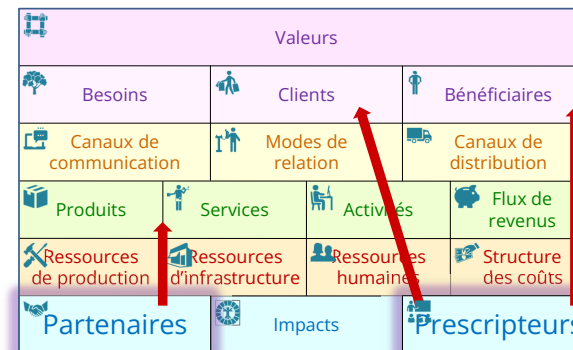
Produire, oui, mais avec quelles ressources ?



Les ressources engendrent des coûts :

- **R. de production** : matière première, énergie, emballages, services externes, etc.
- **R. d'infrastructure** : locaux, équipements, moyens de transport, communication, etc.
- **Ressources humaines** : celles et ceux qui sont capables d'exécuter toutes les activités.
- **Structure des coûts** : comment l'argent est-il dépensé ?

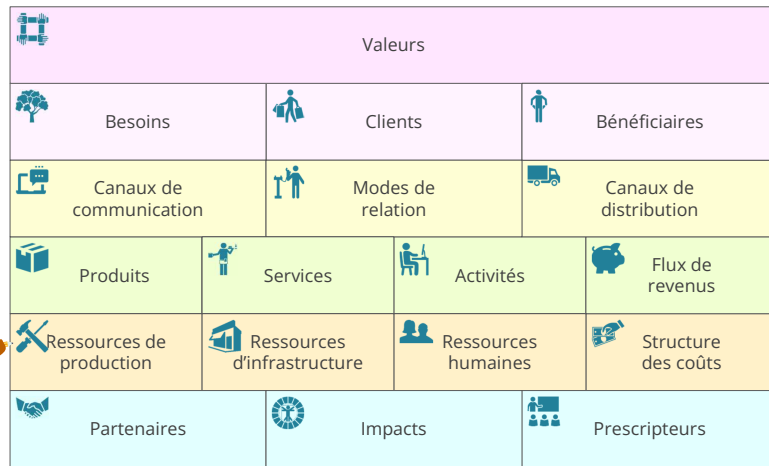
Seul on va plus vite, ensemble on va... ?



Plus loin !

- **Tes partenaires** ou alliés, pour livrer ensemble des solutions plus complètes ou meilleures à tes clients
- **Tes prescripteurs** qui recommandent tes produits et services, même sans attendre de contrepartie
- Ou encore **tes fournisseurs** dédiés, tes bailleurs de fonds, etc.

Le Super Canevas : 18 blocs pour 18 questions

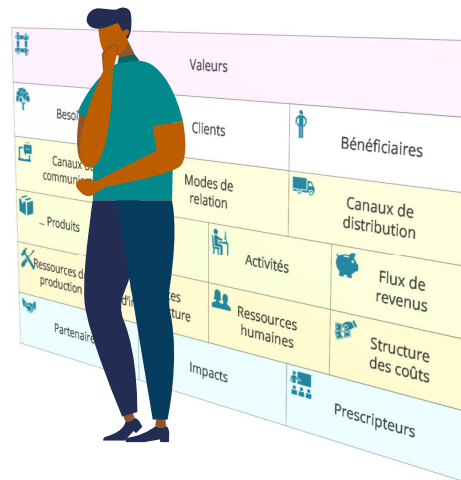


Exemple: Lutte contre le gaspillage inutile

Valeurs <ul style="list-style-type: none"> Partage Solidarité Équité Futur viable Transparence Utilité sociale 					
Besoins <ul style="list-style-type: none"> Se débarrasser du surplus Acheter moins cher Se nourrir (sans argent) Economiser Protéger la nature Ne pas être encombré 		Clients <ul style="list-style-type: none"> Producteurs Ind. alimentaires Commerces Population "moins sensible" Déchetteries 		Bénéficiaires <ul style="list-style-type: none"> Population sensible Institutions Nature Familles Etc 	
Canaux de communication <ul style="list-style-type: none"> Site internet Pub Réseaux sociaux Events Ambassadeurs Directe 		Modes de relation <ul style="list-style-type: none"> Face à face Self-service En groupes 		Canaux de distribution <ul style="list-style-type: none"> Site internet Application mobile 	
Produits <ul style="list-style-type: none"> Etudes de cas 	Services <ul style="list-style-type: none"> Plateforme d'information Plateforme d'annonces Plateforme de transactions Mécanisme enchères Cours de sensibilisation 		Activités <ul style="list-style-type: none"> Mkt et ventes Transport? Collecte? Stockage? Points de vente? 		Flux de revenus <ul style="list-style-type: none"> Marge sur les ventes? Abonnements annonceurs Packs annonceurs Vente annonces Pub annonceurs?
Ressources de production <ul style="list-style-type: none"> Aucune 	Ressources d'infrastructure <ul style="list-style-type: none"> Informatique Hébergement 		Ressources humaines <ul style="list-style-type: none"> Informaticien Commercial Contrôle qualité 		Structure des coûts <ul style="list-style-type: none"> Salaires Pub / marketing Informatique Services de tiers
Partenaires <ul style="list-style-type: none"> Etat Réseau de distributeurs Etc. 		Impacts <ul style="list-style-type: none"> Diminution des déchets Amélioration au niveau 2 de Maslow 		Prescripteurs <ul style="list-style-type: none"> Réseau de distributeurs 	

Construis ton Super Canevas

- Dans un Super Canevas, réponds au maximum des questions
Individuel 15'
- Présente en 3' ton canevas et obtiens des feedbacks pendant 2' (en groupes de 3)



Pause de 10 minutes !



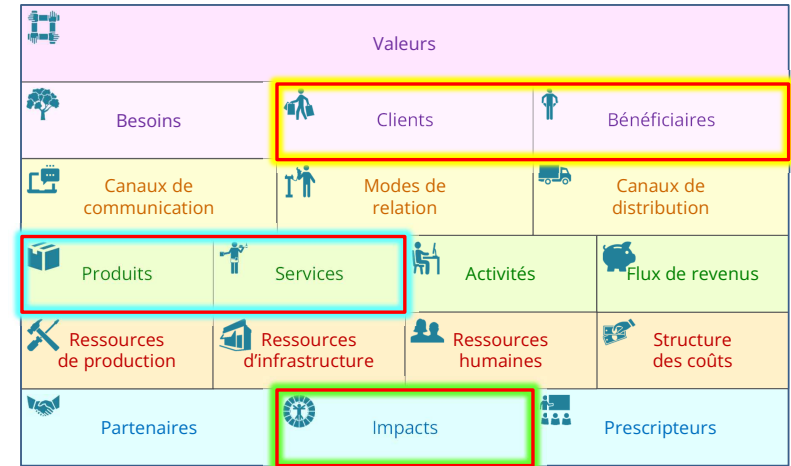


my **sbm**
sustainable business models

La mission !

Ou l'expression de la raison d'être...

La mission dans un Super Canevas



Tour des missions

Prêt, partez, mission !

1. Rédige ta mission en 5 minutes
2. A tour de rôle, énonce ta mission en 30 secondes



Discussion: tu as des concurrents ?



La concurrence

- Directe
- Indirecte
- Substitution
- De ressources



Débriefing de la journée



INTERVALLE...

et des devoirs à faire !

1. Réviser les contenus d'aujourd'hui
2. Compléter ton carnet de bord et les exercices individuels:
 1. Ton image riche
 2. Tes arbres de problèmes et objectifs
 3. Tes pistes de solutions
 4. Ton Super Canevas

