

Spécial Création d'entreprise

Module 3 : Je valide mon idée et mon marché

Bienvenue dans ce module décisif où vous apprendrez à transformer une idée en projet viable et rentable.

<https://agence-strategies.fr/>



Sylvain Guéraiche

- ❖ Entrepreneur du web depuis 1999 (directeur d'agence)
- ❖ Enseignant en Marketing et E-commerce Université de Rouen
- ❖ Enseignant grandes écoles : ISCOM, NWS, MyDigitalSchool, CNAM,...
- ❖ Formateur CCI Normandie et éditeur E-commerce
- ❖ Organisateur d'événements B2B (Palais Brongniart, Paris Retail Week, Normandigital,...) et concerts produits à la TV
- ❖ Président du Club business 76
- ❖ Administrateur du cluster Normandigital et membre NWX



Diplôme Responsable du
Marketing digital avec mention
(ISM, Paris, 2018)



Sylvain Guéraiche

- ❖ Certification en cours de Chef de projet IA (réussite formation 86,5% de bonnes réponses)
- ❖ Accompagnement de plus d'une centaine d'entreprises (BE éolien, E-commerce, industrie, B2C, formation,...)
- ❖ 2006 : Sport-Elec, C.A. e-commerce X 2, C.A. Espagne X 6
- ❖ 2008 : orga d'un événement Palais Brongniart (CNRS, OSEO)
- ❖ 20012 / 2018 : exposant Paris Retail Week
- ❖ 2017 / 2022 : 15000 jouets collectés pour les Restos du Coeur lors de concerts produits sur France 3 de 2020 à 2022, partenariats nationaux et institutionnels



Diplôme Responsable du
Marketing digital avec mention
(ISM, Paris, 2018)

Objectifs de ce module



Valider la viabilité

Confirmer que votre idée répond à un besoin réel du marché et qu'elle peut générer des revenus durables.



Évaluer le potentiel

Mesurer précisément la taille de votre marché et identifier les opportunités de croissance à court et moyen terme.



Analyser l'écosystème

Comprendre en profondeur vos clients cibles et positionner votre offre face à la concurrence existante.



Tester avant de lancer

Créer un prototype minimal pour valider votre concept auprès de vrais clients avant d'investir massivement.

1 Définir vos objectifs de validation

Avant de vous lancer, identifiez précisément ce que vous devez tester. Voici les quatre dimensions essentielles à valider pour sécuriser votre projet.

1

Le besoin réel des clients

Vérifiez que les clients ont vraiment ce problème et sont prêts à payer pour votre solution. Créez un sondage Google Forms avec 5-6 questions simples et partagez-le sur Facebook, LinkedIn ou forums spécialisés.

3

L'adéquation

produit-marché répond exactement aux attentes. Créez une landing page avec description du produit et formulaire d'inscription pour mesurer l'intérêt réel.

2

La taille du marché

Assurez-vous qu'il y a assez de clients potentiels. Utilisez Google Keyword Planner pour estimer les volumes de recherche et consultez des rapports gratuits sur Statista ou l'INSEE.

4

La réaction des clients

Recueillez des retours directs en contactant 10 à 20 prospects par email ou téléphone. Analysez leurs critiques pour améliorer votre offre avant le lancement.



Statistique clé : 42 % des startups échouent faute de marché validé. Tester votre idée réduit drastiquement ce risque.

2 Mesurer la taille de votre marché

Les trois niveaux d'analyse



TAM : marché global

Le Total Addressable Market représente l'ensemble des personnes potentiellement intéressées.

Recherchez le nombre total via l'INSEE et Google Trends.



SAM : marché accessible

Le Serviceable Available Market est le segment que vous pouvez réellement atteindre. Filtrez par zone géographique, âge, revenus avec Facebook Audience Insights.



SOM : marché capturable

Le Serviceable Obtainable Market est la part réaliste que vous pouvez capter la première année selon vos moyens marketing et votre budget.



Exemple concret : si votre SAM = 100 000 personnes et que vous pouvez atteindre 2 % via publicités et réseau, votre SOM = 2 000 clients potentiels

2 Mesurer la taille de votre marché

Exemple concret



Si votre SAM = 100 000 personnes et que vous pouvez atteindre 2 % via publicités et réseau, votre SOM = 2 000 clients potentiels.



3 Analyser vos clients avec précision

Créez des personas détaillés

Documentez âge, sexe, localisation, revenus, habitudes, frustrations et motivations. Exemple : « Clara, 32 ans, active, végétarienne, cherche repas rapides équilibrés ».

Collectez des données quantitatives

Lancez des sondages avec 5-10 questions claires sur Google Forms ou Typeform. Partagez-les sur les réseaux sociaux, forums et newsletters pour obtenir des réponses chiffrées.

Observez les comportements qualitatifs

Analysez forums, commentaires et avis clients. Cherchez sur Reddit, Facebook ou Quora pour découvrir ce que les gens aiment, détestent ou demandent souvent.

💡 **Impact mesurable** : les entreprises avec personas précis ont 3× plus de chances de réussir leur lancement.

4 Analyser vos concurrents stratégiquement

Méthode d'analyse en 3 étapes

1 Identifiez tous les concurrents

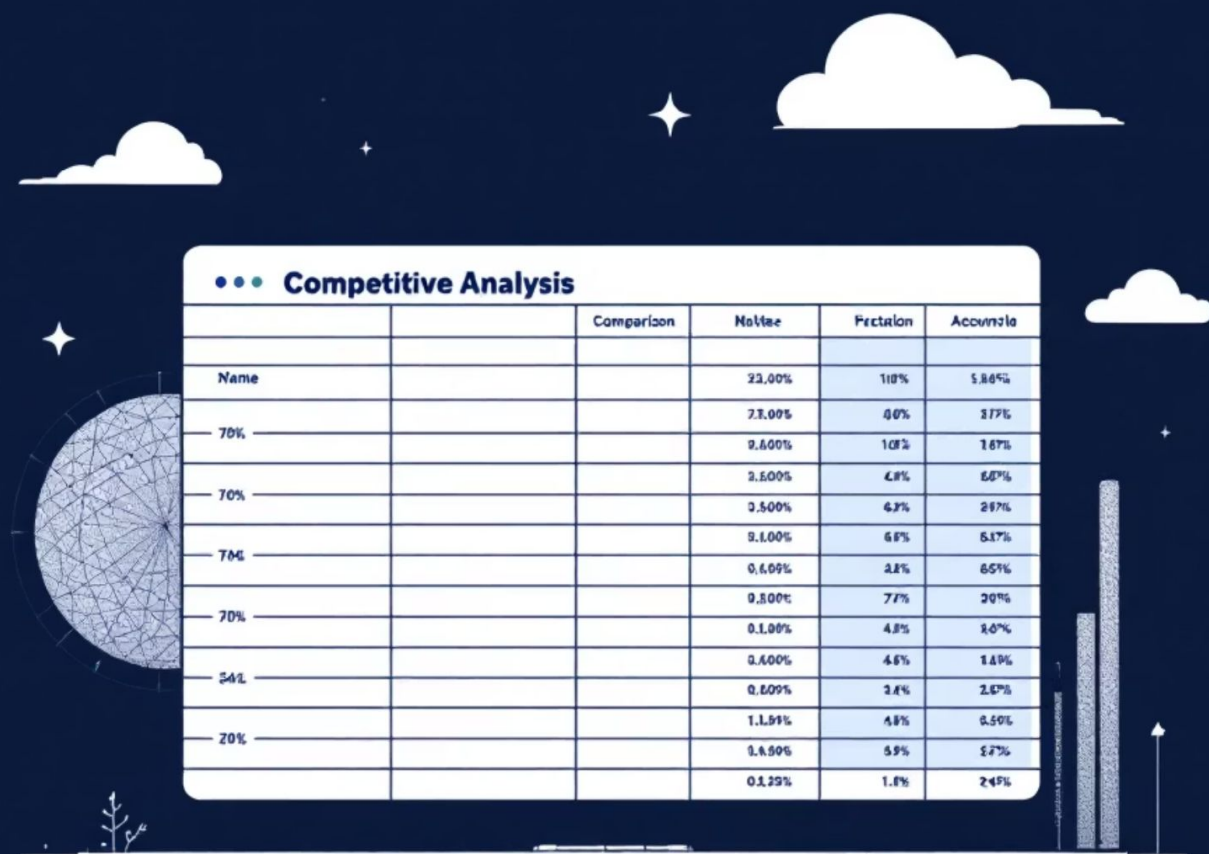
Listez concurrents directs et indirects via Google, Amazon, Etsy et marketplaces spécialisées. N'oubliez pas les solutions alternatives.

2 Créez un tableau comparatif

Comparez nom, prix, USP, points forts, points faibles et opportunités. Notez leur communication et positionnement marketing.

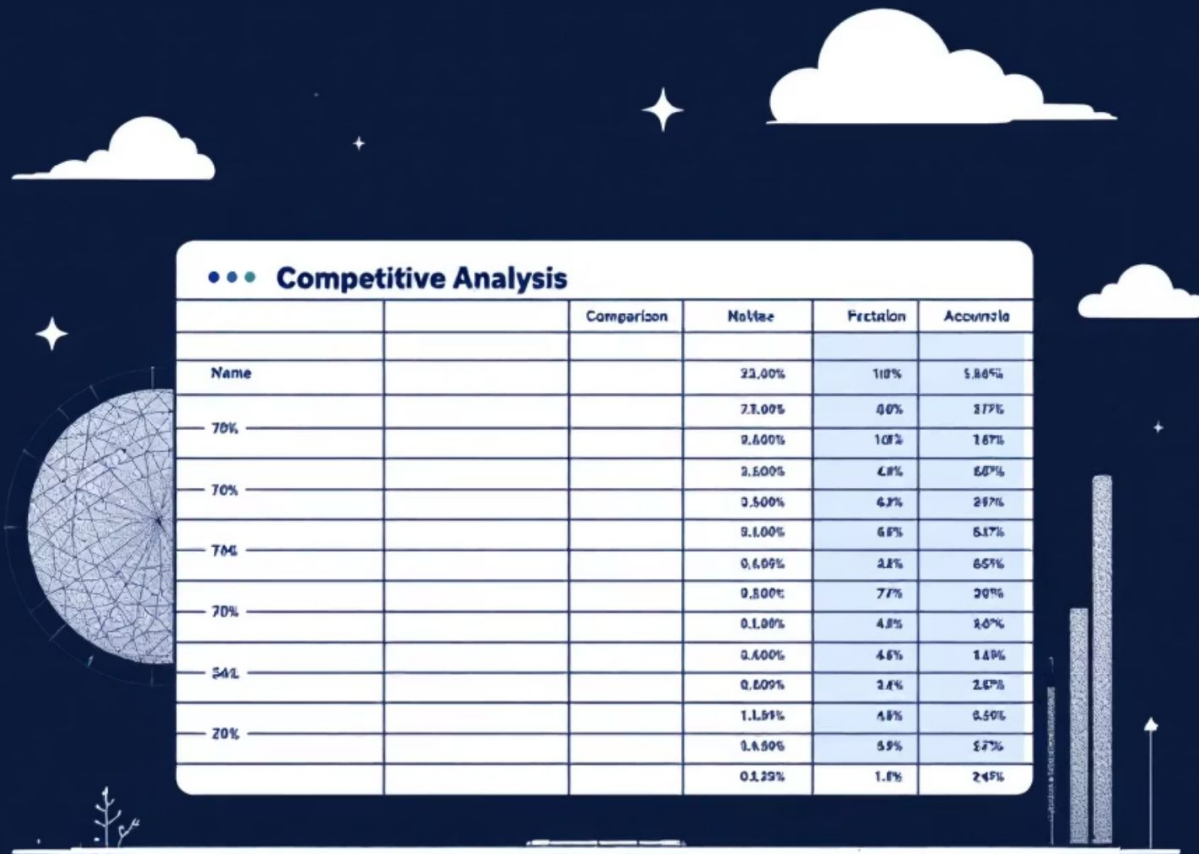
3 Utilisez des outils d'analyse

Exploitez SEMrush, Ahrefs ou SimilarWeb pour analyser leur trafic, mots-clés et stratégie SEO. Identifiez leurs failles.



4 Analyser vos concurrents stratégiquement

Exemple : si vos concurrents proposent des box végétariennes standard, votre opportunité peut être de créer des menus personnalisés avec livraison express et emballage écologique.



5 Tester avec un MVP Le Minimum Viable Product

Créez une version simplifiée de votre produit pour tester l'intérêt réel du marché avant d'investir massivement dans le développement complet.



Créez un MVP simple

Lancez une landing page avec Wix, Carrd ou WordPress en 1 jour. Ajoutez un formulaire d'inscription ou bouton « précommandez maintenant ».



Testez avec de la publicité

Lancez une campagne ciblée sur Facebook Ads, Instagram ou TikTok avec un budget test de 20-50 € pour mesurer clics et conversions.



Analysez les résultats

Mesurez taux de conversion, emails collectés et commentaires. Ajustez votre produit selon les retours avant production finale.

 **Réduction des risques :** les MVP réduisent le risque d'échec commercial de 50 % en validant l'intérêt avant l'investissement.

6 Évaluer la rentabilité et les coûts

1

Calculez vos coûts complets

Additionnez matières premières, livraison et coût d'acquisition client. Comparez au prix de vente pour obtenir votre marge brute unitaire.

2

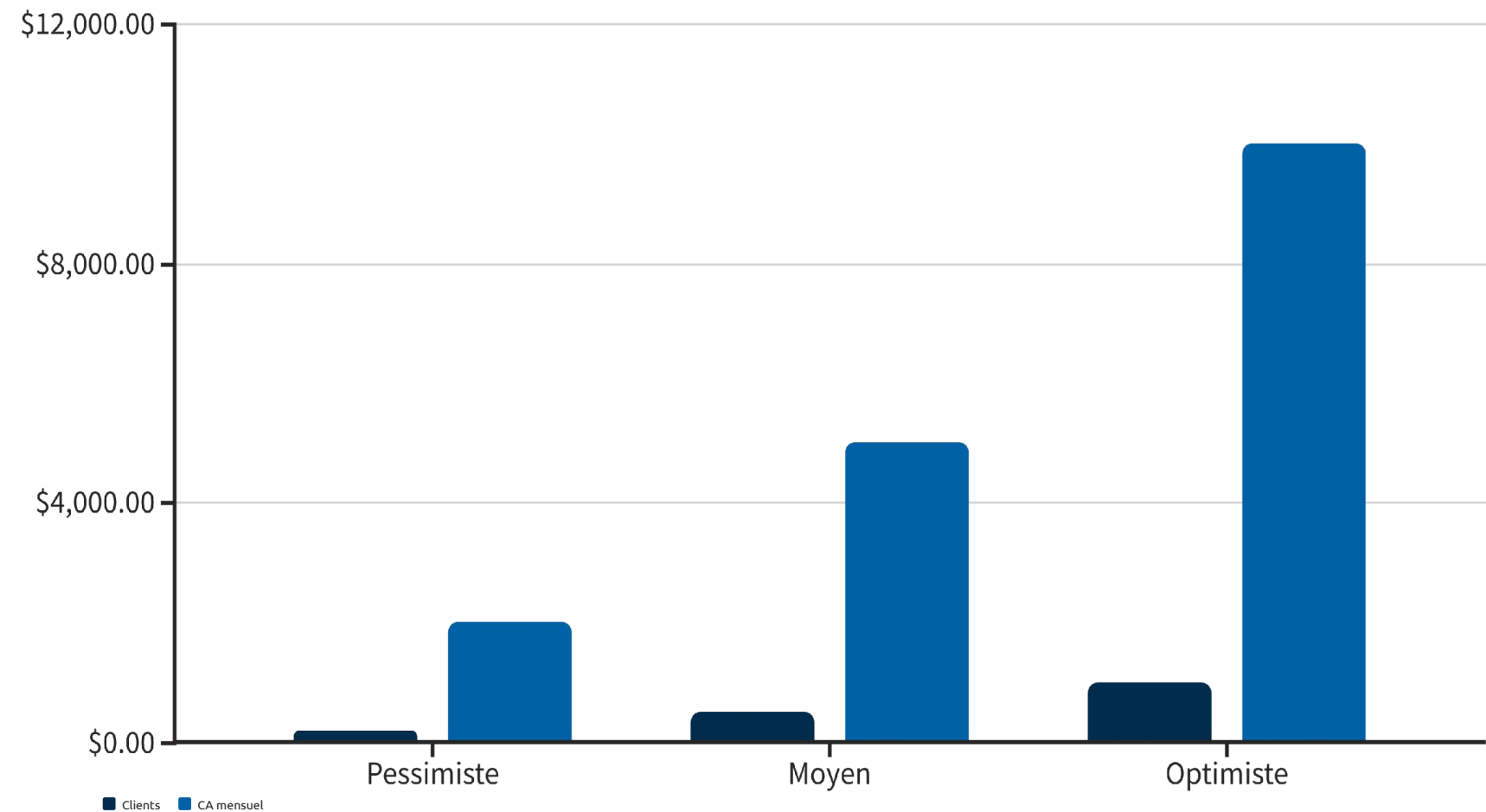
Estimez les revenus récurrents

Exemple : box à 25 €, marge de 10 € par client, 500 clients = 5 000 € mensuels de revenus récurrents prévisionnels.

3

Testez plusieurs scénarios

Créez trois projections dans Excel : optimiste (1 000 clients), moyen (500 clients) et pessimiste (200 clients). Calculez marge et CA pour chaque.



7 Exercices pratiques à réaliser

Passez à l'action avec ces cinq exercices concrets pour valider votre projet dès maintenant.

Exercice 1 : personas

Créez 3 personas clients détaillés avec nom, âge, revenus, besoins précis, frustrations principales et motivations d'achat.

Exercice 2 : concurrence

Listez 5 concurrents principaux et créez un tableau comparatif incluant leur USP, points forts, points faibles et prix.

Exercice 3 : MVP

Construisez un MVP simple : landing page ou système de précommande avec formulaire d'inscription pour tester l'intérêt.

Exercice 4 : test rapide

Lancez un test via publicité ciblée sur Instagram/Facebook ou diffusez un sondage sur des groupes pertinents de votre niche.

Exercice 5 : finance

Calculez marge brute et CA potentiel avec Excel ou Google Sheets pour les trois scénarios : pessimiste, moyen, optimiste.

Validez avant d'investir

Vous disposez maintenant d'une méthodologie complète pour valider votre idée et votre marché. En suivant ces étapes, vous réduisez considérablement les risques d'échec et augmentez vos chances de créer une entreprise viable et rentable.

42%

Startups échouent

sans validation de marché

3x

Plus de succès

avec personas précis

50%

Risques réduits

grâce aux MVP

Prochaine étape : passez à l'action ! Commencez par l'exercice 1 et progressez méthodiquement à travers chaque validation.





Sylvain Guéraiche,
expert digital depuis 1999,
formateur CCI,
enseignant Université
et écoles supérieures.

**“Pour un accompagnement personnalisé sur votre projet,
l'Agence Stratégies vous conseille
sur tout votre parcours entrepreneurial,
quel que soit votre secteur,
quel que soit votre stade d'avancement.”**

Sylvain Guéraiche

Contactez-nous :

