

**Fiche – Lean canvas***Ressource du livre « Créer mon entreprise en 6 semaines »* ***-*** [*http://www.lextenso-editions.fr/ouvrages/document/233818139*](http://www.lextenso-editions.fr/ouvrages/document/233818139)

Nous vous proposons un outil simple et très opérationnel pour tester rapidement une idée. Il vous aide à vous poser les bonnes questions et à y trouver les réponses : le LEAN canvas.

Nous avons choisi la version proposée par Ash MAURYA, entrepreneur indien. Il y a d'autres canvas. Le principal est de répondre aux questions suivantes :

* QUOI : Quel problème tentez-vous de résoudre ?
* QUI : Qui rencontre ce problème ?
* COMMENT : comment résoudre le problème ? Quel est le marché ? Comment atteindre le client ? Comment gérer la demande ? Comment générer du revenu ?

Pour vous aider à compléter ce document, vous trouverez ci-après une explication. Pour remplir « les cases », évitez les phrases, trouvez les mots qui caractérisent le mieux ce que vous voulez dire. Cela vous obligera à être précis et percutant.

Pour l’explication, nous prenons un exemple :

* **Segments de clientèle**

*Indiquez ici votre cible ou vos segments de cible si vous avez plusieurs segments, c’est-à-dire un groupe homogène de personnes / d’entreprises qui ont les mêmes besoins, que vous pouvez servir via le même canal de distribution, qui seront sensibles à la même communication, qui accepteront de payer le même prix et avec lesquels vous aurez le même type de relations.*

*Distinguer les utilisateurs des clients (ceux qui paient) et des prescripteurs (ceux qui recommandent la solution). Vous affinerez ensuite.*

*Essayez, si vous le pouvez dès maintenant, de prioriser vos cibles en commençant par identifier les « innovateurs » et les « early adopters », les personnes / entreprises qui aiment tester toutes les nouveautés et qui servent de locomotives pour les autres.*

*Il peut être utile d’établir un Lean Canvas par segment.*

* **Problème**

*Quels sont les principaux problèmes / besoins / frustrations / manques que vous avez identifiés et qui sont à l’origine de votre idée ?*

*Rappelons que les clients achètent uniquement pour assouvir un besoin ou résoudre un problème.*

* **Proposition de valeur unique**

*La proposition de valeur unique est ce qui fait que vos clients vont acheter votre produit / service plutôt que celui d’une autre entreprise. C’est ce qui rend votre idée unique et donc préférable à d’autres.*

*Ash Maurya indique que la clé pour construire votre proposition unique de valeur est de porter attention au problème principal auquel vous répondez et d’identifier à partir de là en quoi votre produit ou service est différent.*

*La proposition de valeur est la 1ère chose qui détermine si les gens vont prendre le temps de se renseigner plus sur votre produit quand ils arrivent sur votre site ou quand ils reçoivent votre brochure. C’est la raison qui doit pousser vos prospects à finaliser leur  achat. C’est une déclaration claire qui explique comment votre produit résout les problèmes de vos clients ou améliore leur condition et pourquoi le client idéal devrait acheter celui-ci et non un produit de la concurrence.*

*La proposition de valeur est une promesse que notre produit va apporter de la valeur au client et résoudre son ou ses problèmes définis précédemment*.

* **Solution**

*Les principales solutions que votre idée apporte aux problèmes identifiés.*

* **Canaux (channels)**

*Par quels canaux allez-vous atteindre vos premiers clients ?*

* **Source de revenus (Revenue Streams)**

*Qui va rémunérer l’entreprise ?*

* **Structure des coûts (Cost Structure)**

*Combien va coûter le lancement de l’activité ? L’achat des moyens de production ? La communication ?*

* **Indicateurs clés (Key metrics)**

*Quels indicateurs les plus importants devez-vous surveiller en priorité pour vérifier la santé et de la vigueur de votre activité ?*

*Tout au long d’un projet Lean Startup, vous allez devoir suivre des indicateurs pertinents révélateurs de la rencontre entre votre produit/service et son marché et également révélateur de l’état de votre démarche Lean.  L’analyse de ces indicateurs va vous permettre de valider ou de réfuter vos hypothèses, de mesurer vos progrès et de mesurer les étapes clés de vos parcours utilisateurs (ex. Taux d’inscription, taux de première utilisation de telle fonction, etc.).*

*Pour choisir ces indicateurs, gardez donc un principe en tête : leur analyse doit vous permettre d’agir.Ils doivent donc être « actionnables » et « quantitatifs » ou « qualitatifs ». C’est-à-dire que vous devez pouvoir prendre une décision et agir lorsque le résultat d’un indicateur. Par exemple, si vous prenez comme indicateur « le nombre de visiteurs » de votre site, et si ce chiffre est de « 10 par jour », que pouvez-vous faire de cette information ? Rien car ne savez pas quoi changer pour que ce chiffre augmente.*

* **Avantage compétitif net (Unfair advantage)**

*C’est ce qui vous donne un avantage évident que vos concurrents ne pourront pas copier facilement ? Il s’agit également les barrières à l’entrée pour les autres .*

**Votre idée :** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**2 - Problème**

*Les 3 (maximum) principaux problèmes / besoins identifiés qui sont à l’origine de votre idée*

**4 - Solution**

*Les 3 principales solutions que votre idée apporte en réponse aux problèmes / besoins identifiés.*

**3 - Proposition de valeur unique**

*En quoi votre idée est efficace et unique pour répondre aux besoins du marché et qui justifie le fait que votre offre devrait être préférée à celle des concurrents*

**9 - Avantage compétitif net**

*Ce qui vous donne une longueur d’avance évidente sur la concurrence / un avantage qu’ils ne pourront pas copier facilement ?*

**1 - Segments de clientèle**

*A quelle cible allez-vous vendre ? Quels sont vos segments de clientèle ?*

**8 - Indicateurs clés de performance “Key Metrics”**

*Quels indicateurs clés allez-vous surveiller en priorité pour vérifier la santé et de la vigueur de votre activité ?*

**5 - Canaux**

*Par quels canaux passeriez-vous pour atteindre ces différents segments et leur faire connaître votre offre ?*

**7 - Structure des coûts**

*Quels sont les coûts (ponctuels et récurrents) liés au lancement et au fonctionnement de votre activité ?*

**6 - Sources de revenus**

*D’où vient le « cash » ? Qui paie ?*