



Lancez votre

STARTUP

La recette
pour réussir

Rémy Bigot



Sommaire

Introduction	3
Le parcours idéal d'une startup à succès	4
Avez-vous trouvé l'idée géniale ?	5
Comment trouver 1 bonne idée ?	5
Tester votre idée sans dépenser d'argent, c'est possible !	8
Le lean startup : oui ou non ?	10
Les 18 erreurs fréquentes qui tuent les startups	11
Trouvons ensemble votre associé idéal	12
Un accélérateur de startups, est-ce vraiment utile ?	14
Comment trouver vos premiers clients rapidement et avec peu d'argent ?	15
Faites parler de vous dans les médias	19
Financez votre startup sans les banques	21
Financement alternatif 1	21
Financement alternatif 2	24
Pourquoi le business plan ne sert à rien... Ou presque	26
Les outils indispensables à votre réussite	27
Les livres à découvrir absolument	37
Pour aller BEAUCOUP plus loin !	40
Et si on allait plus loin ensemble ?	40

Introduction

Tout d'abord, un grand merci à vous de me faire confiance et d'avoir acheté ce livre. **Mon but est simple** : vous donner toutes les cartes en main pour réussir le lancement de votre startup.

Pas de « bullshit » ici ou de formules magiques, juste de l'expérience, du bon sens, des erreurs à éviter et des solutions à vos futurs problèmes.

J'ai eu la chance de participer activement à plusieurs startups, et j'ai fait beaucoup d'erreurs que je souhaite partager avec vous (et aussi de belles réussites).

Ainsi, vous gagnerez du temps, vous éviterez de perdre vos cheveux trop vite, vous aurez plus de chances de réussir.

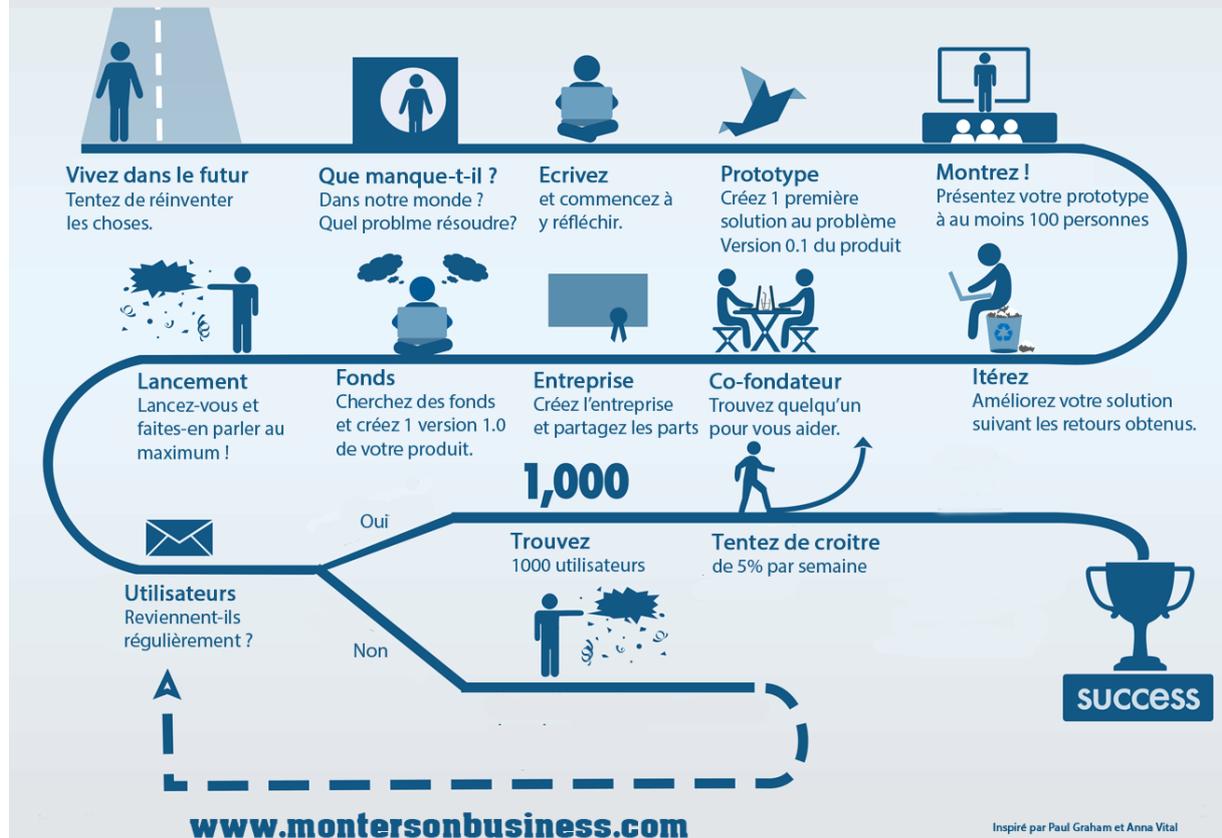
Qui suis-je ?

Je m'appelle Rémy Bigot et j'accompagne des entreprises dans leur réussite depuis 2003. Je les aide à trouver des clients, à optimiser leur présence en ligne et à développer leurs ventes. J'ai eu la chance de travailler pour de grandes entreprises comme eBay ou Renault mais aussi pour des startups comme Wimi ou Ustartme.

Le parcours idéal d'une startup à succès



Comment lancer sa startup ?



Avez-vous trouvé l'idée géniale ?

Mais si, vous savez, l'idée qui va changer le monde pour toujours.

On nous abreuve en permanence d'histoires de ce genre : 2 mecs dans un garage ont révolutionné le monde.

On nous présente cela presque comme la norme, alors que c'est bien entendu l'exception !

Des idées, tout le monde en a, en permanence. Je peux même vous assurer d'une chose : votre idée, aussi géniale soit-elle, a déjà été imaginé par d'autres.

Alors, devez-vous vraiment trouver l'idée géniale ? En fait non.

Les idées géniales sont en réalité souvent les plus simples.

Ce n'est pas l'idée qui fera votre réussite, mais plutôt ce que vous allez en faire.

Une idée moyenne avec une belle équipe et une bonne réalisation ira plus loin qu'une idée géniale sans exécution efficace.

Posez-vous les bonnes questions, comme :

Quel est le problème de mes futurs clients ?

Quelles solutions ils utilisent actuellement pour le résoudre ?

Comment puis-je faire mieux ?

Comment trouver 1 bonne idée ?

Répondez à un problème qui vous dérange

Tentez de trouver une solution à un problème qui vous hante peut-être un excellent point de départ pour une trouver une idée d'entreprise.

Vous pouvez aussi tenter de répondre à un problème qui énerve vos amis ou quelqu'un de votre famille.

Ecoutez les plaintes de votre entourage, cela pourrait vous aider à trouver.

N'hésitez pas à lire la presse et à vous renseigner

Les blogs, la presse sont parfois des mines d'or, si vous savez identifier les bonnes idées.

Quelques exemples de sites intéressants :

- [Bonjour Idée](#)
- [Startup story](#)
- [Idéedebiz](#)
- [Hellobiz](#)

Les tendances dans les pays étrangers

Renseignez-vous sur ce qui se fait dans d'autres pays. On trouve parfois des idées qui n'ont encore pas d'équivalent en France, pourquoi pas ?

La plateforme Inventive

[Ce site](#) vous propose d'acheter les idées des autres, pas mal pour faire son petit marché non ?

Concentrez-vous sur un marché précis qui vous plait

Choisissez un domaine qui vous plait particulièrement et pour lequel vous aimeriez lancer votre boîte. Identifiez tous les problèmes des clients potentiels de ce secteur. Répondez à ces problèmes !

Améliorez un produit/service existant

Identifier un produit/service existant avec un grand nombre de clients. Tentez de l'améliorer, de faire mieux que les entreprises actuelles sur ce marché.

Racheter des entreprises existantes

Plutôt que de créer une boîte de toute pièce, pourquoi ne pas en acheter une ? Il y a beaucoup de gens qui vendent leur activité, et pas forcément parce qu'ils sont en difficulté. C'est peut-être parce qu'ils veulent changer de vie, partent à la retraite, ou change de région, qui sait ?

L'année 2014 des start-up en chiffres

9



Neuf métropoles françaises ont obtenu le label "French Tech". Marseille, Bordeaux, Lille, Lyon, Grenoble, Montpellier, Toulouse, Rennes et Nantes ont été distinguées. Ce nouveau label doit favoriser la création d'entreprise et créer un écosystème séduisant pour les investisseurs locaux. Pour obtenir ce label, les villes ont été soumises à des audits et le gouvernement a débloqué une enveloppe de 200 millions d'euros.

100



100 millions de dollars (73 millions d'euros) c'est une belle levée de fonds et un record pour une start-up française. Blablacar devrait poursuivre son développement international dans un secteur très porteur où l'entreprise de 150 salariés a déjà une longueur d'avance.

86



La cuvée 2014 du classement Deloitte "Fast 500", recensant les entreprises les plus performantes fait (encore) la part belle à la France. 86 start-up hexagonales y figurent. C'est la quatrième année consécutive que la France se hisse en tête avec des entreprises performantes et innovantes comme Ymagis, qui s'est spécialisée dans le numérique et le cinéma.

1000



1000 start-ups rassemblées dans Paris ! Voilà la promesse de la Halle Freyssinet dont les travaux ont débuté en octobre 2014. Ce futur incubateur géant - le plus grand du monde selon ses initiateurs - est financé en grande partie par Xavier Niel, qui a déboursé 200 millions d'euros. Il doit ouvrir ses portes en 2016.

1



Pour la première fois depuis François Mitterrand, un président français a visité la Californie ET la Silicon Valley. En se rendant dans la Mecque des start-up, François Hollande a fait un pas vers les entrepreneurs. Il a même fait un "hug" à Carlos Diaz. L'un des animateurs du mouvement de fronde des Pigeons. Lune de miel à San Francisco...

Tester votre idée sans dépenser d'argent, c'est possible !

Avant, pour tester une idée, il fallait faire une étude de marché longue et coûteuse... Mais ça, c'était avant !

Aujourd'hui, avec quelques outils et un peu d'huile de coude, vous allez pouvoir tester votre marché sans dépenser trop d'argent et depuis votre salon !

Comment allez-vous faire ? Vous allez utiliser une « landing page » ou page d'atterrissage en français !

Rémy, c'est quoi une landing machin ?

Il s'agit d'une page web, souvent simple et épurée, qui a pour but d'expliquer rapidement ce que vous avez à offrir et de convertir un maximum de visiteurs en contacts potentiels pour votre produit/service. Ainsi, vous allez pouvoir tester rapidement votre produit ou service auprès de vos clients cibles.

Comment créer ce type de page sans connaissances techniques ?

De nombreux outils existent, en voici une liste non exhaustive :

- [Wix](#) (en Français !)
- [Strikingly](#)
- [Lander app](#)
- [Unbounce](#)

Ces outils sont souvent gratuits et proposent des offres payantes avec plus de fonctionnalités.

C'est quoi la landing page idéale ?

Une page qui met en avant votre projet et règle un problème précis de vos visiteurs.

Elle doit :

- Être simple et intéressante
- Ne poursuivre qu'un seul objectif (clic, inscription, paiement...)
- Avoir une promesse forte, description clairs des bénéfices pour le client
- Donner une possibilité d'inscription pour suivre le projet aux internautes,
- Contenir des images/vidéos intéressantes, visuels à travailler
- Aller droit au but

Comment fait-on concrètement pour tester notre idée avec une page d'atterrissage ?

Voici quelques étapes simples à suivre :

- Réfléchir sur le contenu et la manière dont vous allez présenter votre offre (sur papier, éloignez-vous de l'ordinateur !)
- Travailler votre slogan simple et choc en quelques mots
- Votre promesse – Le problème que vous allez résoudre, et pourquoi vous plutôt qu'un autre ?
- Les visuels (images/vidéos) que vous voulez mettre en avant, ils doivent être impactant ! Pour faire de beaux visuels, vous pouvez commencer avec **Canva**. Pour la vidéo, vous pouvez utiliser **Pitchy**, cette startup de grande qualité nous a fait une belle intro. pour le show)
- Créer la landing page (je vous explique comment plus bas)
- La faire connaître au maximum pour savoir si votre projet a du potentiel ou non!

Comment je fais connaître ma landing page ?

Voici quelques idées pour y parvenir :

- Parlez-en partout autour de vous (en face à face, en signature de mail, sur votre/vos sites web, sur les réseaux sociaux etc..)
- Demandez à votre famille/amis de faire de même.

- Mettez en place un budget test sur Google [Adwords](#) et/ou [Facebook](#) ads (posez-moi vos questions en commentaire à ce sujet)
- De nombreuses autres idées pour vous faire connaître sont disponibles [dans mon livre ici](#).
- Utilisez [Facebook](#) et [Twitter](#) comme relais efficace et pour votre trafic

Le lean startup : oui ou non ?

Tester votre idée via une « landing page » est en quelque sorte la base du fameux « lean startup ».

Plutôt que :

- réfléchir longtemps et de façon virtuelle à son produit ou service face au marché
- Faire une étude de marché longue et coûteuse
- Attendre d'avoir le produit parfait avant de se lancer
- Créer un business plan d'une centaine de pages pour parler d'un futur très hypothétique
- ...

On choisit d'aller sur le marché le plus tôt, même avec un produit pas fini que l'on compte améliorer au fil du temps et des retours clients.

On va plus vite, on teste plus vite, et on sait plus vite si on tient quelque chose ou pas.

On associe souvent le « lean startup » ou terme « bootstrap » qui signifie lancer son idée sans financement externe.

Les 18 erreurs fréquentes qui tuent les startups

Les 18 erreurs qui tuent les startups



I seul entrepreneur



Mauvais lieu



Marché trop petit



Idée absurde



Obstination



Mauvais développeurs



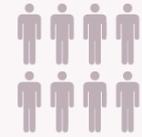
Mauvais plateforme



Lancement trop tard



lancement trop tôt



**Pas d'utilisateurs
clairement identifiés**



Lever trop peu de fonds



Dépenser trop



Lever trop d'argent



**Mal managé ses
investisseurs**



**Sacrifier ses
utilisateurs pour le
profit**



**Ne pas mettre les
mains dans la cambouis**



Fondateurs pas d'accord



Pas assez d'effort



from
eponymous essay
by Paul Graham
<http://inf.vc/PG-01>

visualized by
Mark Vital

Build with Annalogy, icons made by Freepik

Trouvons ensemble votre associé idéal

Pas de réussite pour une startup si pas d'associés, c'est quasiment une règle qui se vérifie à chaque fois !

Comme dit le proverbe : « seul, on va vite. A plusieurs, on va plus loin ! »

Lorsque l'on décide de lancer sa startup, on a besoin de plusieurs choses pour réussir : une idée, de la passion mais aussi et surtout d'une bonne équipe. Trop de projets finissent mal à cause d'une équipe trop « faible » ou pas suffisamment complémentaire. Voyons les moyens de trouver les meilleurs associés.

Cela vaut également pour trouver votre graphiste, votre développeur ou votre marketeur !

Avant de vous donner ces quelques pistes, j'aimerais voir avec vous les compétences que votre équipe doit absolument avoir pour réussir votre projet.

Les compétences pour réussir

Voici d'après mon expérience les compétences que vous devez avoir pour réussir votre startup web :

- **Gestion de projet** : chapeauter l'exécution, donner les orientations et contrôler les actions
- **Marketing** : Amener du trafic qualifié et transformer les prospects en clients
- **Graphisme** : notions graphiques et d'ergonomie web
- **Développement** : Créer le projet et le rendre possible techniquement
- **Commercial** : quelqu'un capable de vendre des frigos à des esquimaux
- **Financier** : la personne qui va tenir les comptes et s'assurer qu'il y a assez de cash pour faire tourner la boîte

•

Avez-vous ces compétences dans votre équipe (pas forcément une personne par besoin) ? Mais s'il en manque de cette liste dans votre équipe, réfléchissez bien et rendez-vous ci-dessous pour les trouver !

Comment trouver le(s) bon(s) associé(s) ?

Voici quelques pistes qui fonctionnent bien :

- **La famille ou les amis** : Le plus simple reste d'utiliser votre réseau personnel, bien entendu. Certains vont dire : « il n'est pas sain de mélanger business et famille ». Parfois, c'est vrai, mais parlez-en à la famille Leclerc ^^
- **Teamizy** : un bel outil web où de nombreux profils échangent et proposent leurs compétences
- **Les investisseurs** : Un investisseur peut aussi devenir un associé et donc votre financier dans l'équipe, pourquoi pas ?
- **Les sites d'emploi spécialisés** : **Remixjobs** ou [Alsa créations](#) regorgent de profils très intéressants pour une startup
- **Codeur.com** : On peut y trouver des indépendants pour des missions mais aussi de futurs partenaires sur le long terme, une bonne piste.
- **Les [startup weekend](#)** : ces événements fourmillent de talents dans des domaines variés et vous y trouverez probablement des compétences intéressantes !
- **Les [espaces coworking](#)** : ces espaces de travail sont parfaits pour des indépendants qui cherchent des missions et/ou des projets intéressants de startup : profitez-en !
- **Les [apéros entrepreneurs](#)** : ces événements permettent souvent de créer des liens, d'agrandir son réseau et donc d'augmenter les chances de trouver votre associé.

Il existe bien entendu de nombreuses autres méthodes, mais celles-ci fonctionnent déjà très bien.

Un accélérateur de startups, est-ce vraiment utile ?

Les accélérateurs, incubateurs et autres couveuses de startups poussent comme des champignons, il y en aura bientôt plus que de startups !

Faites très attention !

Certaines de ces structures vous feront plus perdre de temps qu'elles ne vous aideront à lancer votre projet.

Bien entendu, pas de généralités, certains organismes font très bien leur travail.

Renseignez-vous bien avant de signer quoi que ce soit : entreprises déjà aidées, résultats obtenus, valeurs...

Comment trouver vos premiers clients rapidement et avec peu d'argent ?

Parlons peu mais soyons pragmatiques. Je vous présente ici des méthodes simples et qui fonctionnent (testées et approuvées !)

Créez l'avatar de votre client idéal

Vous avez créé une salle de sport réservée aux femmes entre 20 et 35 ans. Comprenez leurs habitudes et trouvez-les là où elles se trouvent. Vous devez visionner mentalement votre client « moyen » : comment vit-il ? Quelles sont ses habitudes ? Une fois que vous l'avez trouvé, ne lui parlez qu'à lui ! (quand vous communiquez sur le web par exemple)

Parlez de votre projet !

N'ayez pas peur de dévoiler votre idée, c'est une erreur commune commise par beaucoup d'entrepreneurs qui ont peur de se faire « voler » leur idée. Cela n'arrive jamais, en réalité (l'exécution est cruciale, pas l'idée).

Créez un pitch simple et percutant.

Privilégiez le storytelling (raconter une histoire autour de votre entreprise), entraînez-vous à vendre votre entreprise, vos produits/services.

Les points clés à retenir pour un bon pitch :

- Vous devez être sûr de vous et de votre projet (sans fausse modestie ni arrogance)
- Vous devez être concis et clair (répétez vos phrases clés pour les maîtriser parfaitement). Un test génial à faire : présentez votre projet à vos grands-parents, ils doivent comprendre !
- Pensez « simplicité » en permanence

- N'utilisez jamais de termes négatifs comme « problème » ou encore « souci »
- Préparez-vous au maximum, à l'instar d'un Steve Jobs qui répétait son show des centaines de fois !

Les 5 phases clés que doit comporter votre pitch :

- Expliquez le problème, et pourquoi votre produit/service est utile ?
- Montrez la solution que vous proposez pour régler ce problème, le « comment » ?
- Proposez une démo de votre produit/service, le prototype
- Présentez votre marché (concurrents, taille du marché...)
- Donnez votre vision : que voyez-vous dans les prochaines années, quelle évolution pour votre activité ?

Rencontrez du monde

N'hésitez pas à vous rendre dans des soirées networking pour tester votre présentation, trouver des partenaires ou de futurs clients.

Partenariat avec d'autres sites

Identifiez des sites web à fort trafic dans votre domaine d'activité et leur proposer un partenariat via une newsletter par exemple.

Les résultats sont étonnants et vous permettent de toucher rapidement un grand nombre de clients potentiels.

Utilisez l'email marketing

L'email reste un levier redoutable si bien utilisé pour trouver et convertir des clients. Je vous explique tout [dans cette vidéo](#).

Convaincre grâce à votre différence

Dans cette vidéo, je vous montre comment et pourquoi vous devez jouer sur vos différences et vos avantages concurrentiels pour vendre.

Utiliser Twitter pour trouver vos clients

Dans cette vidéo, je vous explique l'intérêt et le potentiel de Twitter pour convaincre.

Les questions les plus importantes à vous poser :

- Qu'apporte précisément mon produit ou service ?
- Pour qui apportera-t-il de la valeur ?
- Pourquoi est-ce intéressant pour ces entreprises ?

Tout part des réponses à ces 3 questions.

Ne vous mentez pas à vous-même

Dans la vie, il arrive que nous nous mentions à nous-même et que cela ne soit pas si grave (Exemple : vous loupez un examen de math, vous rejetez la faute sur le professeur).

Il y a 2 domaines où je ne vous le conseille pas : la science et l'entrepreneuriat. Si un ingénieur d'Ariane Espace se ment à lui-même, la fusée peut exploser en vol... Si un entrepreneur se ment à lui-même, son **entreprise** peut couler très vite.

Dites-vous bien : Je connais mon produit, je sais qui en a besoin, je sais comment le vendre: si vous ne savez pas ces points cruciaux, ce sera simplement de VOTRE faute.

Admettre que vous avez besoin d'apprendre ces choses-là sera le premier pas vers la bonne direction.

Allez parler directement à vos prospects

Le web, c'est bien, parler en vrai avec des clients, c'est mieux.

Sortez de chez vous et allez à leur rencontre, vous apprendrez énormément de choses sur les forces et les faiblesses de votre produit mais aussi sur les besoins

de vos clients.

Voici comment s’y prendre :

- Créez une hypothèse sur l’entreprise parfaite pour votre produit/service (exemple : TPE/PME dans le domaine médical)
- Trouvez des entreprises qui correspondent à ce critère
- Qui va avoir besoin de mon produit dans ces entreprises ? (exemple : les directeurs marketing)
- Trouvez leur email et contactez-les
- Relancez régulièrement

Pour trouver les emails des personnes intéressantes, je vous conseille de faire des recherches sur le web et de ne pas hésiter à utiliser LinkedIn.

Comment vendre à un prospect ?

Une fois le premier contact établi par mail, vient le temps du téléphone et/ou de la rencontre physique.

Un conseil simple pour réussir votre vente:

– Taisez-vous et écoutez, une vente réussie passe souvent par le fait de parler beaucoup moins que son prospect. Plus vous l’écoutez, plus vous saurez ce qu’il cherche et pourrez le combler.

Voici quelques questions à poser à vos prospects :

- Quelles sont vos priorités actuellement au sein de votre entreprise ?
- Avez-vous souvent ce problème X ?
- Quel est votre processus d’acquisition de logiciels/produits?
- Qui s’occupe de ces achats dans votre entreprise ?
- Combien de temps cela prend en général ?
- Quels logiciels utilisez-vous actuellement ?

Dernier point crucial et souvent oublié : Ne laissez pas la discussion se terminer sans connaître au moins la prochaine étape: c'est le meilleur moyen de louper une vente.

Faites parler de vous dans les médias

Faire parler de vous dans les médias, c'est le rêve de beaucoup d'entrepreneurs. Il est certain que cela amène souvent de bonnes choses : notoriété, clients...

Mais comment faut-il s'y prendre pour convaincre un journaliste ou un blogueur de parler de nous ?

Ce qu'il ne faut pas faire

- Faire une liste de contacts intéressants pour vous
- Les contacter à froid sans aucune connaissance de leurs passions, souhaits...
- Leur envoyer le même message à tous, impersonnel et copier-coller

Si vous faites cela, vous n'aurez PAS ou peu de résultats, et c'est bien normal. Vous avez des humains comme vous en face de vous.

En plus, ils reçoivent des centaines de messages comme le vôtre par JOUR !

Tentons une autre manière de faire...

Une méthode qui fonctionne pour y parvenir (je suis blogueur moi-même)

- On établit une liste de gens intéressants (blogueurs, journalistes, sites web spécialisés, forums, groupes Facebook..)

- Prenez le temps de les connaître. Lisez leurs derniers articles, regardez ce qu'ils partagent sur les réseaux sociaux, regardez leur biographie... Comprenez qui ils sont.
- Engagez une première conversation avec eux : oubliez l'email pour ce premier contact. Utilisez plutôt un réseau social pour créer une relation avant de vouloir vendre votre entreprise.
- Trouvez le moyen de leur apporter de la valeur, à eux et à leur audience. Devenez un partenaire plutôt qu'un vendeur de tapis.
- Relancez intelligemment vos contacts régulièrement. Variez les messages, les méthodes de contact (email, Twitter, LinkedIn...). Tentez de les faire réagir
- Prenez le temps de faire les choses correctement. Devenez empathique.
- N'hésitez pas à leur offrir des analyses sur le marché dans lequel vous évoluez plutôt que de parler de vous (vous serez sûrement cité et considéré comme l'expert dans ce domaine !).
- Utilisez vos premiers passages presse pour convaincre les suivants de parler de vous (affichez sur votre site vos articles de presse, passages radios/TV...)

A vous le prochain 20 heures de TF1 ! (ou pas...)

Financez votre startup sans les banques

Comment le dirait une célèbre pub : « parce que le monde bouge... ».

Les banques prêtent assez peu aux startups, surtout au début, c'est en fait. Le banquier est frileux car il préfère investir sur des valeurs sûres, comme les « subprimes » par exemple (pardon !).

Bref, il faut trouver d'autres moyens de financer sa startup.

2 solutions s'offrent à vous : Le financement participatif (crowdfunding) et la levée de fonds.

Financement alternatif 1

Le financement participatif, c'est à dire ?

Il s'agit d'un système simple permettant de faire financer votre projet par la « foule » (des gens comme vous et moi) plutôt que par une banque.

Il existe 3 principaux systèmes :

- Un système de dons en échange de contreparties. Exemple : [ulule](#), [kickstarter](#) ou [kisskissbankbank](#)
- Un prêt d'argent avec taux d'intérêt. Exemple : [Unilend](#)
- Un investissement contre des parts de votre entreprise. Exemple : [Wiseed](#) ou [Anaxago](#)

Comment réussir votre campagne de crowdfunding ?

- Préparez votre projet bien à l'avance (plusieurs semaines)
- Créez une première communauté pour parler du projet en amont de la campagne
- Sélectionnez la plateforme idéale pour votre projet (comparez-les bien).
- Travaillez dur sur votre contenu, surtout les visuels (images/vidéos). N'hésitez pas à contacter [Pitchy](#) de ma part.
- Créez la campagne sur la plateforme

Et maintenant, comment la faire connaître ?

On arrive dans le dur. Je vous donne quelques astuces ici.

- Parlez-en au maximum autour de vous
- Demandez à votre famille/amis de faire de même.
- Mettez en place un budget test sur Google Adwords et/ou [Facebook ads](#)
- Bossez dur, c'est comme un job de vendeur !
- Motivez les donateurs à donner un peu plus en échange d'un « truc en plus » sur la fin de la collecte

Le financement participatif, *Crowdfunding*

Une nouvelle façon de financer des projets

4 formes de crowdfunding



Le don



Le financement avec contrepartie non financière



Le financement avec contrepartie financière



Le prêt entre particuliers



Le poids économique du crowdfunding en France

2012

40 M€

2013 (prévisions)

80 M€

2015 (prévisions)

150 à 200 M€

Les champions français



- Leader européen
- 220 000 utilisateurs répartis dans 170 pays



- 350 000 membres
- 15M€ de collectés



- 170 000 membres
- 8,5M€ de collectés

Les personnalités

qui font appel au crowdfunding



Spike Lee

pour le financement de son prochain film



Les producteurs de la série **Véronique Mars** pour une adaptation sur grand écran



Thierry Marx

pour le financement d'une école de boulangerie



Michelle Laroque

pour le financement de son prochain film



Nagui

pour que perdure sur Internet l'émission Taratata



Eve Angeli

pour le financement d'un EP de 5 titres



Le chanteur Grégoire

1^{er} album produit par My Major Company, disque de diamant



La chanteuse Irma

1^{er} album produit par My Major Company, disque de platine



Le jeu de société Ice³

financé via My Witty Games, Médaille d'Or au Concours Lépine 2012



La web-série Noob

qui souhaite produire un long métrage, demande 35 000€ et en recueille... 681 000 !

Quelques projets insolites !

● L'hélicoptère télécommandé par le cerveau

FINANCÉ

● La construction de l'Etoile Noire de Star Wars

NON FINANCÉ

● Un réacteur à plasma pour... vaisseau spatial !

FINANCÉ

● La 1^{ère} montre connectée, la Pebble Watch

FINANCÉ

● L'Oculus Rift, un casque immergeant son porteur dans un environnement virtuel en trois dimensions (imaginez Matrix)

FINANCÉ

● Un stylo pour imprimer en 3D, le 3D Doodler

FINANCÉ

● Le skate-board volant de Retour Vers le Futur 2

NON FINANCÉ

● Une statue géante à la gloire de... RoboCop

FINANCÉ

Financement alternatif 2

La levée de fonds auprès d'investisseurs est le chemin le plus naturel de financement pour une startup. C'est aussi très long et difficile, en France ou ailleurs.

Je vous conseille, pour ma part, d'en faire le maximum sans lever de fonds.

Pourquoi ?

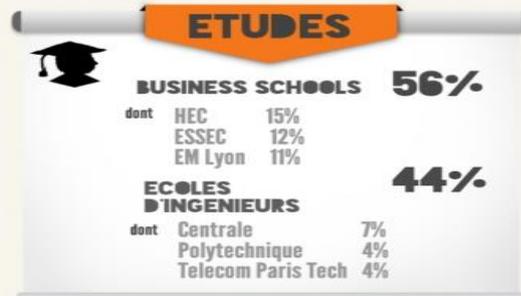
Pour plusieurs raisons :

- Une fois financé, vous n'êtes plus libre, vous devez rendre des comptes en permanence
- Vous risquez d'y passer beaucoup de temps et donc de délaissier votre produit ou service et surtout vos premiers clients, pas une excellente chose
- Vous aurez tout le temps de lever de l'argent plus tard (sauf si vous êtes pris à la gorge, auquel cas, pourquoi avoir lancé une startup ?)

Les Business Angels français: Qui sont ils ?



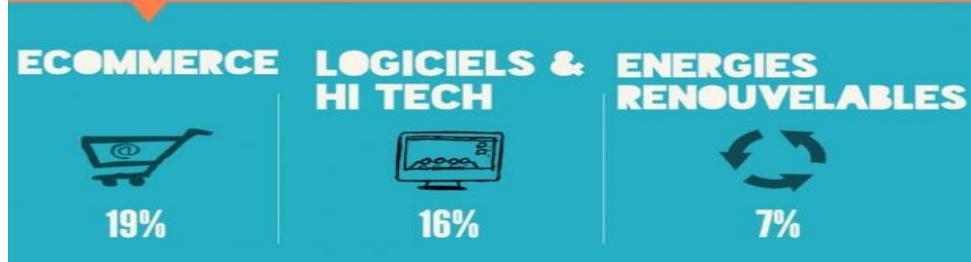
Novembre 2013



HABITENT...



SONT INTERESSES PAR...



SOUHAITENT INVESTIR...



SONT ENTREPRENEURS...



Source : données Fundme

Piktochart
make information beautiful

Pourquoi le business plan ne sert à rien... Ou presque

Quand on l'a vu dans la partie « lean startup », le business plan n'est pas forcément adapté pour une startup, surtout au départ.

S'il est déjà difficile de calculer un chiffre d'affaires et un bénéfice sur une boulangerie, c'est mission impossible pour une startup !

Plutôt que de passer beaucoup de temps sur ce fameux « Business lan », concentrez-vous plutôt sur votre produit et utilisez le « business canvas » ou « lean canvas ».

C'est plus rapide, plus efficace et surtout beaucoup plus visuel.

Vous aurez tout le temps de créer votre business plan plus tard, lorsque vous aurez validé votre concept et que vous en aurez besoin pour lever des fonds !

Modèle de « business canvas » :

The Business Model Canvas

Réalisé pour :

Réalisé par :

Le : Jour Mois An

Version : No.

<p>Partenaires Clés</p> <p>Qui sont nos partenaires clés ? Qui sont nos fournisseurs clés ? Quelles ressources sont acquises via nos partenaires ? Quelles activités clés réalisent nos partenaires ?</p> <p>OBJECTIFS DU PARTENARIAT Optimisation de l'économie Réduction des risques et incertitudes Acquisition de ressources ou activités spécifiques</p>	<p>Activités Clés</p> <p>Quelles activités clés sont nécessaires pour notre proposition de valeur ? Nos canaux de distribution ? Nos relations clients ? Nos sources de revenus ?</p> <p>CATEGORIES Production Résolution de problèmes Plateforme / Réseau</p>	<p>Proposition de Valeur</p> <p>Quelle valeur délivrons-nous au client ? Quels besoins clients satisfaisons-nous ? Quelle problématique client adresses-nous à résoudre ? Quelle offre proposons-nous à chaque segment client ?</p> <p>CARACTÉRISTIQUES Personnaliser Performance Personnalisation Mission à accomplir Design Manger / Avoir Prix Réduction de coûts Réduction des risques Disponibilité Céder / Commercialiser</p>	<p>Relation Client</p> <p>Quelle relation chaque segment client souhaite-t-il avec nous établir et maintenir avec eux ? Lesquelles avons-nous établies ? Comment sont-elles intégrées dans notre modèle économique ? Quel est leur coût ?</p> <p>EXEMPLES Assistance personnalisée Assistance personnalisée dédiée Self-service Services automatisés Communauté Co-création</p>	<p>Segments Clients</p> <p>Pour qui créons-nous de la valeur ? Qui sont nos principaux clients ?</p> <p>EXEMPLES Marchés de masse Marchés segmentés Marchés diversifiés Plateformes multi-faces</p>
<p>Ressources Clés</p> <p>Quelles ressources clés sont nécessaires pour notre proposition de valeur ? Nos canaux de distribution ? Nos relations clients ? Nos sources de revenus ?</p> <p>TYPES DE RESSOURCES Physiques Intellectuelles (marques, brevets, droits, données) Humaines Financières</p>		<p>Canaux de distribution</p> <p>À travers quels canaux nos segments clients souhaitent-ils être atteints ? Comment les atteignons-nous ? Quel est le niveau d'intégration de nos canaux ? Lesquels sont les plus rentables ? Comment les intégrons-nous avec les habitudes clients ?</p> <p>PHASES 1. Canalisation 2. Distribution 3. Vente 4. Livraison 5. Service après-vente Comment fonctionnent nos services après-vente ?</p>		
<p>Structure de Coûts</p> <p>Quels sont les coûts les plus importants inhérents à notre modèle économique ? Quelles sont les ressources clés les plus coûteuses ? Quelles sont les activités clés les plus coûteuses ?</p> <p>NOTRE MODÈLE ÉCONOMIQUE EST-IL FLUIDE ? Est-il sur les coûts (faible structure de coûts, larges flux, automatisation maximale, sans débourse intéressant) ? Est-il sur le coût (faible sur la création de valeur, proposition de valeur haut de gamme) ?</p> <p>EXEMPLES DE CARACTÉRISTIQUES Coûts fixes (salaires, loyers, services publics) Coûts variables Économies d'échelle Économies de gamme</p>		<p>Sources de Revenus</p> <p>Pour quelle valeur ajoutée nos clients sont-ils prêts à payer ? Pour quelle offre paient-ils actuellement ? Quelle est la fréquence de paiement ? Comment préfèrent-ils payer ? Quelle est la part de chaque source de revenus sur le revenu global ?</p> <p>TYPES Frais de base Frais d'adhésion Abonnement Pay / Location / Crédit auxiliaire Licence Frais de coverage Publicité</p> <p>PRIX FIXES Prix fixe Dépendent des options de produit Dépendent du segment client Dépendent de volume</p> <p>PRIX VARIABLES Agence (vente marchandisée) Coût de la ressource Marché long terme</p>		

www.businessmodelgeneration.com

Traduction française proposée par <http://www.ehon-pickford.com/>

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

[Téléchargez-le ici](#)

Les outils indispensables à votre réussite

Voici une liste d'outils pour vous aider à réussir votre startup.

Gestion de projets / tâches

Ces outils vous permettent de gérer vos projets, de gagner en efficacité et productivité en entreprise.

[Wimi \(FR\)](#): pour gérer vos projets, vos tâches et sécuriser vos documents d'entreprise.

[Do.com](#): outil de gestion de tâches.

[Basecamp](#) : pour la gestion de projets.

[Todoist \(FR\)](#) : un système de gestion de tâches très performant.

Facturation

La facturation est un point crucial pour votre activité. Gestion des devis, factures, cotisations sociales, charges... On cherche tous des outils pour simplifier tout ça !

[Sellsy \(FR\)](#): Service de facturation avancé pour les TPE/PME

[Monae \(FR\)](#): service de facturation simple et efficace pour les petites entreprises.

[Iscriba \(FR\)](#) : Gestion de devis et de factures en ligne.

[Sushio](#) : suivi de vos dépenses dans l'entreprise.

Calcul cotisations sociales et fiscales

Toujours intéressant de pouvoir calculer ces données rapidement.

[Guide TNS \(FR\)](#): Des simulateurs très utiles pour calculer vos charges, votre fiscalité, les différences entre les statuts etc..

Création sondages / études de marchés

Il est toujours utile de demander l'avis à nos clients/prospects. Le sondage et l'étude de marché plus simplement.

[Evalandgo \(FR\)](#) : pour créer des enquêtes de satisfaction ou des sondages en quelques clics.

[Heycrowd \(FR\)](#) : Outil d'enquête et sondages utilisant la puissance des réseaux sociaux.

[SurveyMonkey](#) : pour créer des sondages en ligne en quelques minutes.

CRM : Relation client

Plus vous avez de clients et de prospects, plus le besoin de mieux les connaître sera important. Savoir quand les recontacter, que leur proposer...

[You don't need a CRM \(FR\)](#) : pour vous aider à transformer plus de prospects en clients.

[Cogivea \(FR\)](#) : Plusieurs solutions CRM Made in France.

[Smart Tribune \(FR\)](#) : Créez un espace de conversation simple entre vous et vos clients. Personnalisez votre service client.

[Salesforce](#) : un système de suivi de relation avec vos clients.

[Vtiger](#) : un logiciel CRM open-source en français

[Highrise](#) : un outil très complet pour gérer la conversion des prospects et vos contacts.

[Get satisfaction](#) : pour en savoir plus sur vos clients et leurs avis.

Créer une landing page

La landing page est idéale pour tester un projet, une idée ou un nouveau produit ou service.

[Wix \(FR\)](#) : outil pour créer des sites web et des landing page.

[Strikingly](#) : Outil ultra complet pour faire des landing pages sublimes !

[Lander app](#) : simple et efficace.

[Unbounce](#) : l'un des plus complets.

Gestion du temps

Mieux vous gérez votre temps, plus vous êtes efficace : logique, non ?

[Harvest](#) : pour mieux gérer vos temps de travail, de pause...

[Rescue time](#) : pour gagner un maximum de temps et mieux équilibrer votre vie pro et personnelle.

Recrutement

Le recrutement est une tâche importante et qui changera votre entreprise si c'est fait correctement !

[Talentsoft \(FR\)](#) : outil pour gérer vos recrutements et votre personnel.

[My job company](#) (FR) : Publiez vos offres d'emploi et utilisez la puissance des réseaux sociaux pour leur diffusion.

Partage de documents/ travail collaboratif

Plus le temps passe, plus le travail en collaboration est important. Prenez une longueur d'avance avec des outils qui vous feront avancer plus vite.

[Wimi \(FR\)](#), un outil de partage de documents dédié aux professionnels.

[Dropbox](#), un outil idéal pour les particuliers.

Emailing

L'emailing, annoncé mort tous les ans, continue d'offrir des résultats impressionnants quand il est bien utilisé.

[Mailchimp](#) : Pour booster votre activité grâce à l'email

[Mailjet \(FR\)](#) : solution d'envoi d'emails de masse.

[Netitmail \(FR\)](#): gestion et envoi de vos mails de façon efficace et rapide.

[Simple mail \(FR\)](#) : un outil dédié aux TPE/PME qui permet de créer, envoyer et suivre les statistiques des différentes campagnes de manière très simple depuis n'importe quel navigateur internet.

Propositions commerciales

On fait beaucoup de propositions commerciales, mais a-t-on suffisamment d'informations sur le sujet ?

[Tilkee \(FR\)](#) : suivez et optimisez vos propositions commerciales grâce à cet outil très efficace.

Production photos

Créer de belles images/photos quand on n'y connaît rien, c'est souvent difficile.

[Canva](#) : un outil magique pour créer des images dynamiques et efficaces. IL vous suffit d'avoir une ou plusieurs photos de qualité, ensuite, laissez-vous guider !

Production vidéo

Produire de la vidéo, c'est dur. Quelques outils peuvent vous aider !

[Pitchy \(FR\)](#) : Grâce à cet outil, vous pourrez créer une belle vidéo pour votre produit/service/entreprise sans connaissances techniques !

[Animoto](#) : un outil simple et puissant pour créer des vidéos. On peut notamment jouer avec des photos et donc créer des choses plutôt bien faites en peu de temps.

Solutions de paiement en ligne

Si vous souhaitez encaisser des paiements en ligne, vous avez besoin d'outils efficaces et rapides à mettre en œuvre.

[Payplug \(FR\)](#) : Payplug est aujourd'hui ma solution préférée de paiement. Ultra-simple, efficace et pas trop onéreuse, le top !

[Be2Bill \(FR\)](#) : solution de paiement dédiée aux e-commerçants.

[Paypal \(groupe eBay\)](#) : service mondialement connu.

[Paymill](#) : pour une mise en place en quelques minutes de votre solution de paiement.

Business plan / business canvas

Avoir un plan, n'est-ce pas une obligation pour réussir votre entreprise ?

[Montpellier Business plan \(FR\)](#) : pour préparer un business plan qui mettra en confiance vos futurs investisseurs. Idéal pour les startups !

[Business model Canvas](#) à télécharger.

Communiqués de presse

La relation presse est un art difficile, autant se faciliter la tâche !

[Pressking \(FR\)](#): Créez et diffusez vos communiqués de presse facilement et accéder à plusieurs milliers de journalistes simplement.

Prise de notes

Vous prenez souvent des notes, pourquoi ne pas améliorer votre façon de faire ?

[Evernote](#): parfait pour ne rien oublier (page web, photos, vidéos..)

Outils référencement naturel (SEO)

Le [référencement](#) naturel est très important pour obtenir un flux régulier et ciblés de visiteurs vers vos produits/services.

[Ranks \(FR\)](#): suivi de positionnement dans les moteurs de recherche.

[My poseo \(FR\)](#): suivi des positions pour votre site et vos concurrents.

[SEM visu \(FR\)](#) : Outil permettant d'améliorer votre stratégie de référencement naturel en surveillant, analysant et optimisant vos campagnes sur le marché Français.

[SEMrush](#): différents outils pour tester les performances SEO de votre site ou page web.

[Backlink watch](#) : pour connaître les liens qui pointent vers une page web

Rédaction de contenus

Rédiger du contenu est vital dans un monde dominé par billets de blogs et autres publications sur le web.

[Textmaster \(FR\)](#) : Le contenu n'a jamais été aussi important. Avec cet outil, vous pourrez le faire rédiger par des professionnels, et même faire traduire vos textes rapidement !

Création boutique en ligne

Si vous souhaitez passer à la vente en ligne (e-commerce), il faut jeter un coup d'oeil ici.

[Wizishop \(FR\)](#) : Solution pour créer une boutique en ligne simplement et sans abonnement (facturation d'un pourcentage sur CA)

[Oxatis \(FR\)](#) : Solution de création de site marchand facturé à l'abonnement mensuel.

Chat commercial / retours clients

Pourquoi ne pas discuter en direct avec vos futurs clients sur votre site web ?

[Iadvize \(FR\)](#): un chat commercial pour vous permettre de répondre en direct aux clients présents sur votre site internet.

[Userveice](#): un système pour recevoir les retours de vos clients directement depuis votre site.

Gestion réseaux sociaux

Les réseaux sociaux doivent être maîtrisés aujourd'hui.

[Agorapulse \(FR\)](#) : solution marketing et CRM pour Facebook.

[Over-Graph \(FR\)](#) : Outil pour gérer la communication de votre marque/entreprise sur les réseaux sociaux.

[Growtheo \(FR\)](#) : Un robot qui vous aide à développer votre influence sur [Twitter](#).

[Hootsuite](#) : pour gérer vos comptes sur les réseaux sociaux tels que Twitter ou Facebook.

[Buffer app](#) : Un outil pour vous permettre de partager facilement vos contenus sur les réseaux sociaux et planifier vos publications.

Réseaux sociaux d'entreprise

Les collaborateurs, salariés et dirigeants peuvent maintenant discuter et partager sur des réseaux sociaux privés internes à l'entreprise.

[Seemy \(FR\)](#) : créez un réseau social privé pour votre entreprise (PME et grands comptes)

[Bluewiki \(FR\)](#) : Bluewiki devient le hub de votre entreprise

Affiliation

Pouvoir trouver des apporteurs d'affaires et les rémunérer en échange du CA généré, une bonne idée non ?

[Affilae \(FR\)](#) : pour créer un système d'affiliation qui vous permettra de rémunérer simplement vos apporteurs d'affaires sur le web.

Informations sur l'audience d'un site internet

[Ad planner](#) : Idéal pour vérifier le potentiel d'audience d'un gros site internet.

[Alexa](#) : Pour vous donner une idée du potentiel d'un site internet partenaire

Réputation marque / entreprise

Suivre ce qui se dit de vous sur les réseaux et sur le web pour mieux répondre !

Mention (FR) : Pour suivre et gérer la réputation de votre marque, vos produits ou votre entreprise. Vous pourrez ainsi intervenir rapidement et montrez que vous êtes à l'écoute de vos clients.

Hébergement sites internet

On a toujours besoin d'espace pour stocker ses sites internet, applications...

OVH (FR): pour installer votre site internet.

Gandi (FR) : Hébergement et nom de domaines depuis 1999 !

1&1: hébergement ultra simple d'utilisation et expliqué pas à pas.

Maquettes site internet

Toujours utile de pouvoir décrire de façon précise ce dont on a besoin en terme de design et d'ergonomie.

Balsamiq : outil de création de maquettes de sites web

Banque d'images

Les images façonnent tout, important d'en avoir.

Fotolia: pour acheter des images que vous pourrez utiliser sur votre site internet et sur toutes vos communications !

Création et gestion d'événements

Pouvoir créer et gérer facilement des événements, très utile.

[Weezevent \(FR\)](#) : Logiciel de billetterie en ligne et de création d'évènements.

[Eventbrite](#) : créer et gérer vos évènements via ce système en ligne.

Gestion marketplaces (ecommerce)

Si vous vendez des produits en ligne, ces outils vont vous aider.

[Lengow \(FR\)](#) : un outil puissant pour vous permettre de publier vos produits sur les différentes places de marché du web (eBay, Amazon...)

[Shopping flux \(FR\)](#) : se positionner rapidement sur les comparateurs de prix et les places de marché avec vos produits.

[Sellermania \(FR\)](#) : Publiez rapidement et facilement vos produits sur les plus grandes marketplaces mondiales avec en plus un pricing dynamique.

Création d'infographies

Parce qu'une image vaut mille mots.

[Piktochart](#) : pour créer des infographies en quelques clics

[Visual.ly](#) : pour créer et partager des infographies de toute sorte.

Test A/B: testez différentes versions d'une même page (conversion!)

Tester, c'est s'assurer qu'on est sur la bonne voie et c'est aussi améliorer ses résultats.

[AB tasty](#) : pour comparer les performances de plusieurs versions d'une même page web

[Optimizely](#) : testez l'efficacité de vos pages web et tirez-en le maximum !

[Crazy egg](#) : Pour en savoir plus sur ce que font les visiteurs sur votre site web.

Gestion campagnes Adwords

Adwords mérite des outils pour améliorer le suivi et la compréhension des campagnes.

Adwords editor : l'outil le plus complet pour créer et gérer vos campagnes de publicité sur le réseau Google Adwords.

: pour gérer facilement et sans connaissances ou presque vos campagnes Google Adwords.

Performance environnementale des entreprises

De plus en plus important dans notre monde moderne.

Verteego (FR) : Evaluer la performance environnementale de votre entreprise.

IZYPEO (FR) : Acteur reconnu sur le marché des logiciels en mode SaaS pour toutes les organisations qui souhaitent une Performance Environnementale Optimisée.

Capture d'écran

Capturez des images.

Screenpresso (FR) : un logiciel simple et gratuit pour créer des captures d'écran pour vos présentations, rapports de bugs...

Les livres à découvrir absolument

Merci encore pour la lecture et l'achat de mon livre, j'espère qu'il vous a plu. Pour aller plus loin, je vous invite à faire 2 choses :

1. Lire le chapitre final de ce livre
2. Lire au moins 1 des livres ci-dessous.

[Le Manuel du créateur de start-up : Etape par étape, bâtissez une entreprise formidable !](#) - Steve Blank et Bob Dorf

Des conseils pratiques à suivre pour créer une entreprise viable et profitable. Véritable boîte à outils, ce manuel fournit à chaque entrepreneur des conseils adaptés qu'il développe des produits physiques ou numériques.

[Effectuation : les principes de l'entrepreneuriat pour tous](#) – Philippe Silberzahn

Thème émergent dans le domaine de l'entrepreneuriat, l'effectuation commence à faire parler d'elle. Rupture dans la manière de voir l'entrepreneuriat, elle signe la fin des idées reçues et du mythe de l'entrepreneur-héros. L'effectuation prend le contre-pied de la démarche classique basée sur les business plan et études de marché.

[Opération boomerang](#) – Philippe Bloch

Faites revenir vos clients à l'heure d'internet. Livre passionnant sur le service client.

[L'entreprise du bonheur](#) – Tony Hsieh

Une ode au bonheur en entreprise où comment cet homme a construit un empire de la chaussure en ligne grâce à un service client hors norme et des employés heureux.

[Jab, Jab, Jab, Right Hook](#) – Gary Vaynerchuk

Ou comment tirer votre épingle du jeu dans un monde envahi par les réseaux sociaux.

[Lean Startup: Adoptez l'innovation continue](#) - Eric Ries

Eric Ries enseigne comment développer plus rapidement une entreprise et des produits. Il est à l'origine du fameux « Lean startup ».

[Business Model: Nouvelle Génération](#) - Alexander Osterwalder

Basé à partir de 470 Business Model de 45 pays, ce livre offre un aperçu des modèles simples et plus avancés utilisés par les entrepreneurs et les entreprises à travers le monde.

[REWORK : Réussir autrement](#) - Jason Fried

Le livre de Jason Fried défie les règles traditionnelles et offre des conseils simples et sans fioritures pour démarrer votre propre entreprise. Il vous montre une approche plus intelligente et plus rapide pour réussir.

[La Semaine de 4 heures](#) - Tim Ferriss

Ferriss fait voler en éclats les hypothèses les plus courantes sur les modèles d'entreprises. Son livre énonce une méthode brillamment simple: choisir un sujet spécifique que vous maîtrisez, tester différents types de positionnement, trouver ce dont votre public a besoin et développer un produit qui répond à leurs attentes.

[Comment se faire des amis](#) - Dale Carnegie

Sans doute l'un des livres de motivation le plus lus à travers le monde. D'abord publié en 1936, ce livre reste incroyablement contemporain et vous fera changer de vision sur les relations humaines : passionnant !

[Réfléchissez et devenez riche](#) – Napoleon Hill

Ce livre est un des plus grands best-seller de tous les temps. Il est considéré comme le livre précurseur de toute la littérature sur la motivation personnelle.

[Influence et manipulation](#) - Robert Cialdini

Un classique sur la persuasion, ce livre explique la psychologie de pourquoi les gens disent «oui» et comment appliquer ces connaissances. Vous apprendrez les six principes universels qui se cachent derrière notre dangereuse tendance à nous laisser influencer, ainsi que les moyens employés par les spécialistes de la persuasion pour les exploiter à notre insu.

[Steve Jobs](#) - Walter Isaacson

Pourquoi un aspirant entrepreneur devrait-il lire la biographie de Steve Jobs ? La réponse semble évidente non ?

[Sir Richard Branson : L'autobiographie](#) - Richard Branson

Richard Branson, serial entrepreneur et l'un des milliardaires les plus emblématiques, partage avec nous comment avec sa propre philosophie il a construit son empire « Virgin ».

Pour aller BEAUCOUP plus loin !

Bravo, vous avez terminé la lecture de ce livre, j'espère que vous avez aimé.

Vous avez toutes les cartes en main pour réussir votre lancement de startup. Bien entendu, tout reste à faire, mais vous avez des bases que beaucoup n'ont pas !

Je rencontre des entrepreneurs tous les jours grâce à mon blog et je suis parfois surpris du faible niveau de connaissances de certains d'entre eux.

La bonne nouvelle, c'est que vous avez un avantage certain sur eux aujourd'hui !

Vous savez :

- qu'il n'y a pas besoin d'une idée révolutionnaire pour se lancer
- qu'on peut tester une idée rapidement et presque sans argent
- qu'il faut se confronter au marché au plus vite pour savoir où aller
- que la concurrence est un booster plutôt qu'un frein
- que vous pouvez réussir
- ...

Et si on allait plus loin ensemble ?

Je vous propose quelque chose qui devrait vous intéresser si vous êtes dans ces cas :

- Vous avez encore beaucoup de questions à poser
- Vous ne savez pas encore par quoi commencer
- Vous voulez savoir comment faire parler de votre entreprise
- Vous voulez être accompagné

Si l'un de ces cas vous correspond, je vous propose une formation en ligne qui aura lieu en Janvier 2016 et qui devrait fortement vous intéresser.

Je ne pourrai prendre en formation que 10 startups, pas 1 de plus.

Au programme :

- Des vidéos pour vous aider
- Des conseils et astuces pour avancer plus vite
- Un audit de votre projet par mes soins
- La publication d'un article dédié à votre startup sur montersonbusiness.com (près de 25 000 visiteurs par mois !)
- Une vidéo-conférence tous les 15 jours avec les autres startups et moi-même
- Un groupe de discussion privé pour parfaire vos stratégies et développer vos ventes

Bref, vous aurez tout ce dont vous aurez besoin pour réussir votre projet !

Si vous voulez vous inscrire : écrivez-moi à : remybigot@gmail.com le plus vite possible !

A très vite et bon lancement !