

BERTRAND JOUVENOT

DOPEZ VOTRE  
STRATÉGIE  
DIGITALE

*72 fiches pratiques*

# INTRODUCTION

## Mise en bouche

Cette recette digitale est extraite du livre *Dopez votre stratégie digitale* de Bertrand Jouvenot.

Un livre comprenant près d'une centaine de recettes digitales, destinées à vous aider à tout savoir préparer, de l'entrée au dessert, depuis la digitalisation de l'entreprise, la stratégie, le management, jusqu'à l'innovation et le produit, en passant par le marketing et à la mesure....

Découvrez ici, l'une des recettes revisitée par nous, rien que pour vous.  
#DVSD

Bonne dégustation !

Bertrand Jouvenot

# Les sept questions incontournables



TEMPS • plusieurs années  
 NOMBRE DE PERSONNES • 10 à 20  
 DIFFICULTÉ • ★ ★ ★ ★ ★

## POUR ACCOMPAGNER

Cette fiche pourra être combinée avec le business plan digital, le cycle d'adoption des technologies, le Lean Launchpad, le Lean Startup, le Minimum Viable Product, le pitch investisseur, la matrice de hiérarchisation des initiatives digitales et le PMF.

## Présentation

La première rencontre entre la mesure et une activité digitale s'opère généralement au moment de l'émergence de l'idée. Si le *business plan* traditionnel a été évincé par le monde numérique au profit d'une version plus pragmatique (► FICHE 71) et si les approches dites *lean* peuvent mettre de côté la mesure du potentiel d'une nouvelle activité (► FICHE 30), le modèle de Peter Thiel repose sur le constat que les tentatives digitales échouent pour la plupart parce qu'elles ont négligé au moins l'une des sept variables indissociables suivantes :

- type de technologie créée : de rupture ou simplement incrémentale ;
- time to market : la concordance des temps entre ce que l'entreprise propose et la maturité du marché (► FICHE 35) ;
- taille du marché visé ;
- qualité de l'équipe ;
- commercialisation du produit ;
- durabilité de la position sur le marché ;
- fait d'avoir été les seuls à entrevoir une opportunité unique.

Le modèle souligne toute la difficulté qu'il y a à faire prospérer une initiative digitale.

Thème	Questions	Note
La question technologique	Pouvez-vous créer une technologie de rupture plutôt qu'une simple amélioration ?	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ←————→
La question du temps	Est-ce le bon moment pour démarrer ?	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ←————→
La question du monopole	Vous lancez-vous avec une grosse part d'un petit marché ?	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ←————→
La question des personnes	Avez-vous la bonne équipe ?	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ←————→
La question de la distribution	Avez-vous un moyen, non seulement de créer votre produit, mais également de le distribuer ?	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ←————→
La question de la durée	Votre position sera-t-elle défensive dans 10 ou 20 ans ?	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ←————→
La question du secret	Avez-vous identifié une opportunité unique que les autres n'ont pas vue ?	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ←————→

PESER VRAIMENT UN PROJET  
AVANT DE LE LANCER

Source : Peter Thiel, Blake Masters, Zero To One, Crown Business, 2014.



*Nous n'avons pas de business plan clair, mais l'intime conviction que nous allons changer le monde.*

### *Attention*

- ◆ N'attendez pas d'avoir au moins 8/10 à tous les items avant de vous lancer, car nombreuses sont les phases qui vous permettront d'ajuster le tir : MVP (► FICHE 36), PMF (► FICHE 37)...
- ◆ Le modèle, qui traduit l'ambition forte des entreprises du numérique, ne doit pas devenir dissuasif.

## Au sommaire

### ◇ Objectif

**ÉVALUER** les chances de succès d'une idée, d'un projet ou d'une initiative digitale.

**MAINTENIR** dans l'esprit des décideurs toutes les dimensions qui font les succès digitaux.

### ◇ Contexte

Le modèle est utile au moment où une start-up passe de la phase d'idée à l'une des possibles phases suivantes : recherche de la proposition de valeur (► FICHE 24), démarrage des développements en vue d'atteindre un MVP (► FICHE 36), rédaction des premières versions du *Pitch Investor* (► FICHE 18)...

Il aide aussi une entreprise opérant sa transformation digitale à mieux arbitrer entre les initiatives à privilégier (► FICHE 20).

## Préparation et mise en œuvre

### ◇ Étapes

- 1 Commencez par bien comprendre votre écosystème, dans lequel tout ne se voit pas au premier regard, en reconstituant par exemple les business models de ses grands acteurs (► FICHE 30).
- 2 Notez votre idée avec l'objectivité qui s'impose sur les sept dimensions du modèle.
- 3 Revenez au modèle autant de fois qu'il le faut, dès que votre travail vous a permis de faire évoluer votre idée de départ.

### ◇ Méthodologie et conseils

- Présentez votre idée avec ce modèle à des business angels ou des capitaux-risqueurs, si l'occasion se présente, cela peut être très enrichissant.
- Insérez sur un même graphique les notes de l'entreprise traditionnelle que vous allez disrupter (voire uberiser), celle de votre principal concurrent ou de l'entreprise à partir de laquelle est créée un me too<sup>3</sup> et les vôtres. Le résultat est très parlant.

#### OBSERVATIONS

Le modèle offre une grille de lecture complète des critères à satisfaire pour réussir dans un contexte digital.

Il permet malgré tout de mesurer intuitivement la dimension future d'un nouveau business.

Il est transposable à des initiatives digitales internes d'une entreprise plus classique qui devront elles aussi répondre à des critères d'exigence sous peine de représenter un coût ou de devenir un poids pour l'entreprise.

<sup>3</sup> Ibid p. 282.

Ça vous à plus ?

Pour vous régaler encore, avec près d'une centaine d'autres recettes digitales, passez la commande

[Commander ici](#)

---

[www.jouvenot.com](http://www.jouvenot.com)

CONCEPTION GRAPHIQUE, ICONOGRAPHIE & MISE EN PAGES

**nun** [ design & arts graphiques ]

---

[WWW.NUNDESIGN.FR](http://WWW.NUNDESIGN.FR)

 [NUN.ARTPHOTOGRAPHIQUES](#)

 [NUN.DESIGNGRAPHIQUE](#)