

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

Le business plan digital



TEMPS • plusieurs semaines
 NOMBRE DE PERSONNES • 2 à 10
 DIFFICULTÉ • ★ ★ ★

POUR ACCOMPAGNER

Cette fiche pourra être combinée avec le Lean Launchpad, le Minimim Viable Product, le Product Market Fit, le Pitch Investor, le Growth Hacking...

Présentation

Un business plan est par nature voué à être faux, ce qui ne remet pas en question sa raison d'être.

Très tôt et avant même l'explosion de la bulle Internet en 2000, les fonds d'investissement et les capitaux-risqueurs ont pris conscience que les projets d'entreprises numériques se prêtaient encore plus difficilement à cet exercice.⁶

Trois éléments explicatifs étaient alors mis en avant :

- la sous-estimation du délai séparant la création de l'entreprise de la première vente ;
- le taux de marge ;
- la surestimation du prix que le client sera prêt à payer.

Depuis, le business plan classique a perdu de sa superbe dans le monde numérique, laissant place à des approches plus itératives (*lean management*, *lean launchpad*) ou à des techniques plus pragmatiques pour prévoir le développement d'une activité dans le temps.

La méthode de construction d'un business plan digital qui consiste à retenir une approche *bottom up* a fait école. Elle consiste à partir du marché et à en déduire non plus une part de marché que l'entreprise parviendra à acquérir, mais ce qu'il est raisonnablement possible de faire, afin de se rapprocher au mieux de la réalité. Ensuite, il faut construire trois scénarios (pessimiste, réaliste et optimiste), mais tout en restant à l'intérieur d'un ordre de grandeur réaliste.

⁶ Bernard Maître, Grégoire Aladjidi, *Les business models de la nouvelle économie*, Dunod, 1999.

Top Down

Partir d'une taille de marché existante et s'arroger une part confortable de celui-ci.

Selon les sources officielles il y a 85 millions de propriétaires de chiens aux USA.

Chaque chien mange deux boîtes de pâté pour chien par jour.

Donc le marché total est de 170 millions de boîtes par jour.

Imaginons que nous pourrions conquérir 1% du marché (ce qui est raisonnable) soit 1,7 million de boîtes par jour.

Imaginons que chaque boîte soit vendue 1 €.

Cela signifie que notre entreprise générera 17 millions d'€ de revenus par jour – encore une fois, en étant conservateurs ? Ce qui nous fait somme toute 620 mille € de revenus annuels.

Bottom Up

Partir du bas, avec zéro euro et estimer combien de clients on parviendra à acquérir.

Avec le meilleur SEO du monde et une très bonne maîtrise des réseaux sociaux, il est possible d'obtenir 50 000 visiteurs par mois sur son site.

1% de 50 000 achèteront les 60 boîtes nécessaires pour le mois, soit un revenu mensuel de 500 personnes x 60 boîtes x 1€/boîte = 30 000 €.

C'est une hypothèse réaliste : 30 000 € par mois, soit 360 000 € par an.

360 000 € sont peut-être trop pessimistes, mais vos résultats seront plus proches de 360 000 € que de 620 000 €



ESTIMER LA CROISSANCE D'UNE ACTIVITÉ NUMÉRIQUE

Source : d'après Guy Kawasaki, The Art of Start 2.0, Penguin, 2015.



Vos clients ne se soucieront jamais de votre business plan. Ils achètent autre chose.

Attention

- ◆ L'approche peut surprendre des directions financières rompues à la sophistication des *business plans* classiques.
- ◆ Son pessimisme apparent détonne avec les espoirs qu'alimente généralement le numérique.
- ◆ Elle ne fonctionne qu'avec des marchés qui existent déjà.

Au sommaire

◇ Objectif

DIMINUER les taux d'erreur d'un business plan.

MIEUX DIMENSIONNER les investissements.

ENCOURAGER le recours à des méthodes propres au numérique : Lean Launchpad (► FICHE 30), recherche de MVP et de PMF (► FICHES 36 ET 37), Growth Hacking (► FICHE 43).

◇ Contexte

L'approche est propice à la définition du business plan d'une nouvelle activité digitale au sein d'une entreprise classique.

Elle s'insérera volontiers dans un Pitch Investor (► FICHE 18).

Préparation et mise en œuvre

◇ Étapes

- 1 Partez de la réalité des moyens disponibles.
- 2 Construisez vos hypothèses en utilisant les niveaux moyens des KPI qui vous permettront de piloter votre activité.
- 3 Établissez vos trois scénarios (pessimiste, réaliste et optimiste).
- 4 Comparez vos hypothèses avec les chiffres d'affaires de l'entreprise que vous imitez (*me too*) ou de votre concurrent le plus direct.

◇ Méthodologie et conseils

- Partez de données de marché fiables.
- Vérifiez les hypothèses en interrogeant un maximum d'experts dans un esprit Lean Launchpad (► FICHE 30).

OBSERVATIONS

La méthode est simple, rapide à utiliser et facile à mettre à jour.

Elle repose sur le réalisme.

Elle peut motiver un soutien, un financement, du fait de son caractère rassurant.

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

CONCEPTION GRAPHIQUE, ICONOGRAPHIE & MISE EN PAGES

nun [design & arts graphiques]

WWW.NUNDESIGN.FR

 [NUN.ARTPHOTOGRAPHIQUES](#)

 [NUN.DESIGNGRAPHIQUE](#)