



Comment être sûr.e que votre projet a du sens pour les autres ?

Webinar - 26 janvier 2023





Benjamin BLANCHARD
Co-fondateur - Général Manager



Comment nous
sommes-nous ancrés dans
les besoins du marché dès
le démarrage ?

Norbert BARRÉ
Fondateur



Comment accompagner le
porteur dans cet exercice
complexe ?

Pascaline Thiebaut
Directrice des Services



Des "tips"? Une
méthode qui marche
bien ?

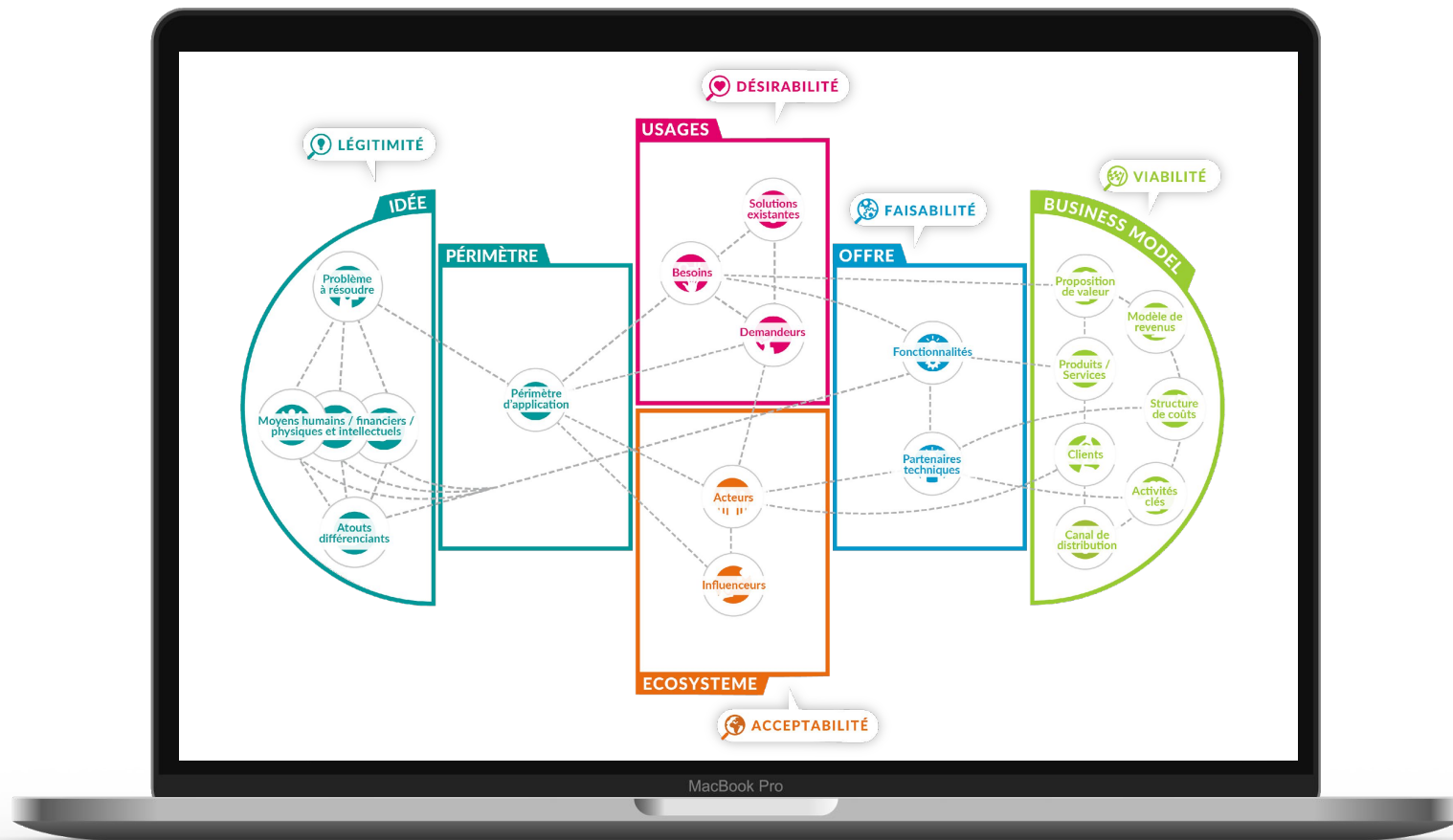




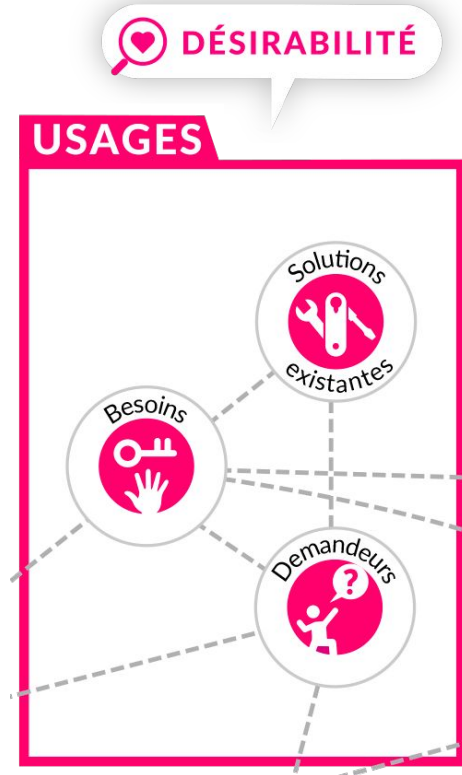
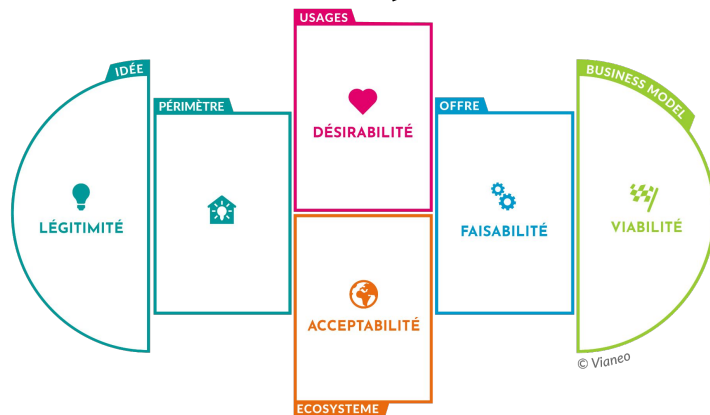
LA POSTURE DU DÉTECTIVE



LA MÉTHODE VIANEO



FOCUS SUR LA DÉsirABILITÉ



FOCUS SUR LA DÉSIRABILITÉ



VIANE

Projets Statistiques Jeu de cartes Ressources Support



Cas pédagogique BLABLACAR - FR

Enregistré le 30 nov. 2022 à 16:24

Tableau de bord Documents Activités Bilans Suivi

FULL



Tableau de bord

Activités

Légitimité

Idée et Moyens

Desirabilité

Acceptabilité

Acteurs et Influenceurs

Réseau de valeur

Faisabilité

Choix des demandeurs

Fonctionnalités / Besoins

Fonctionnalités / Moyens

Viabilité

Les +

Présentation initiale

Auto-évaluation

Pitch (1)

BMC (2)

Persona (2)

Demandeurs ?

Quelles personnes ont des besoins dans votre périmètre ?

	Fiabilité
Séniors	Modifier persona
Ecolos	
Jeunes/étudiants	Modifier persona
Ceux qui ne peuvent/veulent pas prendre la voiture	
Conducteurs	
Collectivités : Resp mobilité	
Grandes entreprises : RH	



Besoins ?

Quels sont les besoins des demandeurs ?

Un besoin peut être de différent type: soit exprimer une tâche à effectuer, soit être une réponse à une douleur ou un manque, à une attente ou un désir.

Voyager à moindre coût	
Gagner du temps	
Passer un bon moment	
Voyaer en toute sécurité	



FOCUS SUR LA DÉSIRABILITÉ



VIANEO

Projets Statistiques Jeu de cartes Ressources Support

20+



Cas pédagogique BLABLACAR - FR

Enregistré le 30 nov. 2022 à 16:24

Tableau de bord Documents Activités Bilans Suivi

FULL



< Tableau de bord >>

Activités

▶ Légitimité

▶ Désirabilité

▶ Acceptabilité

▶ Faisabilité

▶ Viabilité

Les +

🔗 Présentation initiale

📁 Auto-évaluation

📄 Pitch (1)

📊 BMC (2)

👤 Persona (2)

📊 SWOT

📋 Canevas stratégique (1)

voyager à moindre coût

Gagner du temps

Passer un bon moment

Voyager en toute sécurité

Rejoindre des endroits mal desservis

Avoir un comportement écolo/une image verte

Désengorger les routes et les transports en commun

Proposer des nouvelles solutions de mobilité



Solutions existantes ?

Quelles sont les solutions utilisées actuellement par les demandeurs ?

Auto stop

Transports en commun

Train

Avion

Bouche à oreille / réseau informel



FOCUS SUR LA DÉSIRABILITÉ

Cas pédagogique BLABLACAR - FR

Enregistré le 30 nov. 2022 à 16:24

Tableau de bord Documents Activités Bilans Suivi

FULL

+

...

< Tableau de bord >

Activités

- ▶ Légimité
- ▶ Désirabilité
- ▶ Acceptabilité
- ▶ Faisabilité
- ▶ Viabilité

Les +

- 🔗 Présentation initiale
- 📁 Auto-évaluation
- 📄 Pitch (1)
- 📊 BMC (2)
- 👤 Persona (2)
- 📊 SWOT
- 📝 Canevas stratégique (1)

Qualifier les besoins des demandeurs ?

Périmètre d'application : La mobilité des personnes

Besoins (8)	Demandeurs (7)		
	Séniors	Ecolos	Jeunes/étudiants
Voyager à moindre coût	★★★ - 👎	★★★ - 👎	★★★★ - 👎
Gagner du temps	★★★ - 👍	★★★ - 👍	★★★ - 👎
Passer un bon moment	★★★ - 👎	★★★ - 👎	★★★ - 👎
Voyager en toute sécurité	★★★★ - 👍	★★★ - 👍	★★★ - 👍
Rejoindre des endroits mal desservis	★★★★ - 👎	★★★ - 👎	★★★★ - 👎
Avoir un comportement écolo/une image verte	⊘	★★★★ - 👎	⊘
Désengorger les routes et les transports en commun	⊘	⊘	⊘
Proposer des nouvelles			

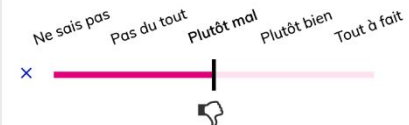
Qualifier le besoin du demandeur

Besoin **Voyager à moindre coût** du demandeur **Séniors**

Quelle est l'importance de ce besoin ?



Ce besoin est-il satisfait aujourd'hui ?



Solutions existantes (rappel)

- Auto stop
- Transports en commun
- Train
- Avion
- Bouche à oreille / réseau informel

LES OPPORTUNITÉS MARCHÉ



Synthèse



[Voir tous les résultats](#)

♥ Identifier les opportunités



Besoins (8)	Demandeurs (7)								
	Les jeunes/étudiants	Ceux qui ne peuvent/veulent pas prendre la voiture					Les collectivités	Les conducteurs	Les grandes entreprises
Voyager à moindre coût	Opportunité++	Opportunité+					Ø	Opportunité	Ø
Rejoindre des endroits mal desservis	Opportunité+	Opportunité+					Ø	Attendu	Ø
Avoir un comportement écolo/une image verte	Ø	Ø					Opportunité	Ø	Accessoire
Désengorger les routes et les transports en commun	Ø	Ø					Opportunité+	Ø	Ø
Passer un bon moment	Opportunité	Opportunité					Ø	Accessoire	Ø
Proposer des nouvelles solutions de mobilité	Ø	Ø					Opportunité	Ø	Accessoire
Voyager en toute sécurité	Attendu	Attendu	Attendu	Attendu			Ø	Attendu	Ø
Gagner du temps	Accessoire	Attendu	Attendu	Négligeable			Ø	Attendu	Ø

Fiabilité des informations

+ de 5 personnes interviewées Entre 1 et 5 personnes interviewées Pas encore interviewé

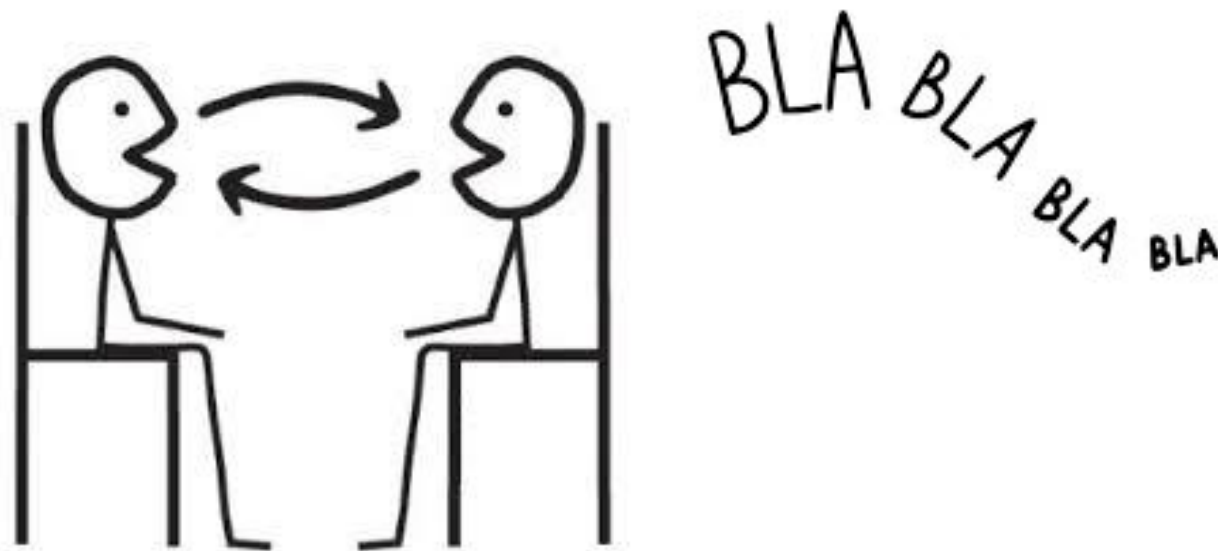
Intensité du besoin

Opportunité Attendu Accessoire Négligeable Inexistant Ne sais pas





1/ PRIVILÉGIER LES CONTACTS DIRECTS, LES INTERVIEWS.



1/ ET LES OBSERVATIONS



2/ TOUJOURS COMMENCER PAR EXPLORER



3/ POSTURE D'ÉCOUTE PAS DE VENTE



VS



4/ ACCEPTER LES CRITIQUES

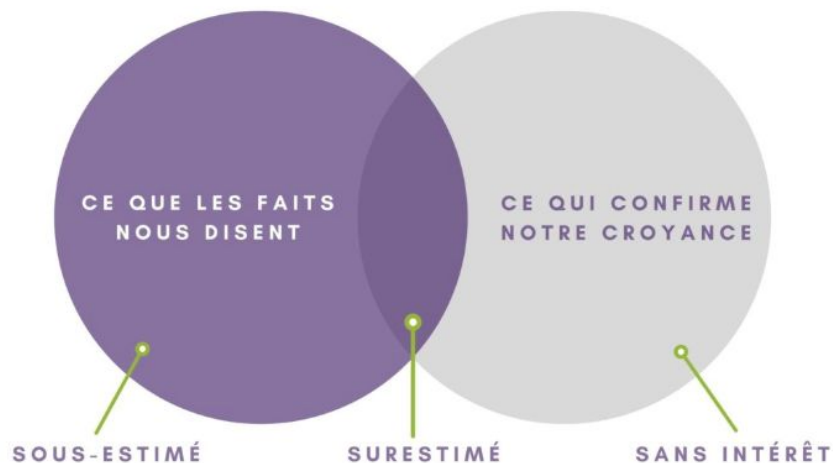


Ne pas prendre les choses personnellement !





BIAIS DE CONFIRMATION



Source <http://amaninthearena.com/biais-de-confirmation/>



LE RÔLE DE L'ACCOMPAGNANT



Faire prendre conscience

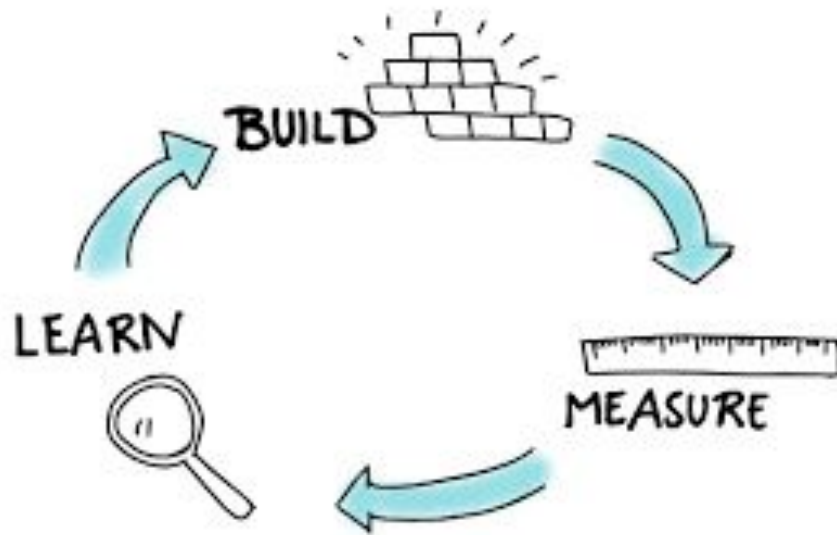
Challenger

Guider, encadrer

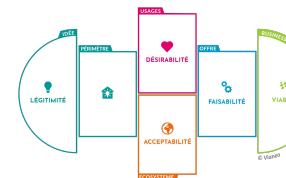
Rassurer



LA CLÉ DE LA RÉUSSITE



ET BIENTÔT, L'ÉTUDE DE MARCHÉ DIGITALISÉE AVEC VIANEO



NEW

La capture d'écran montre l'interface de paramétrage de l'entretien. Une fenêtre modale intitulée 'Ajouter un entretien exploratoire' est ouverte, permettant de sélectionner le demandeur et de définir les paramètres de l'entretien.

J'AJOUTE MON
ENTRETIEN

Paramétrage de mon
entretien

La capture d'écran montre l'interface de saisie des données de l'entretien. Elle est divisée en plusieurs sections : 'Coordonnées' (Date, Nom, Prénom, Téléphone, Mail), 'Problèmes rencontrés' et 'Solutions existantes'.

JE COMPLÈTE
MON ENTRETIEN

Modèle d'entretien intégré

1	2	3	4	5
Entretien exploratoire 1	Loïc Gaulhet	Payré Siham	Sarah Rabhi	Abir Haddad
Coordonnées	Les « traumatisme » du marketing qui ne pratiquent plus	Les « traumatisme » du marketing qui ne pratiquent plus	Les « traumatisme » du marketing qui ne pratiquent plus	Les « traumatisme » du marketing qui ne pratiquent plus
Nom				
Prénom				
Téléphone				
Mail				
Date de l'entretien				
Problèmes rencontrés				
Quels sont les problèmes rencontrés ?				
Quelles sont les solutions existantes ?				
Quelles sont les solutions actuelles ?				
Quelles sont les besoins non satisfaits actuels ?				
Solution idéale				
Quelles sont les solutions idéales ?				

J'EXPORTE
MES DONNÉES

Tableau de synthèse
automatique des entretiens