

SAS DE SÉLECTION

SÉLECTION DE LA PROMOTION FINALE VIA LE LEAN CANVA

BLOC 1 PRODUCT MARKET FIT

1. Analyser le marché ciblé (macro et micro) afin de comprendre les besoins et comportements des clients
2. Evaluer la concurrence et les fournisseurs ainsi que la réglementation applicable pour positionner efficacement le projet
3. Construire et administrer un questionnaire pour collecter des données sur l'adéquation entre le produit/service et le marché
4. Valider le Product Market Fit à partir des résultats d'enquêtes et d'analyses concrètes

BLOC 2 GESTION FINANCIERE DE L'ENTREPRISE

1. Construire un modèle économique adapté au projet, en identifiant les revenus, coûts et leviers de rentabilité
2. Élaborer un plan de financement initial cohérent pour sécuriser le lancement et le développement de l'entreprise
3. Structurer et analyser un tableau de trésorerie et un compte de résultat prévisionnel pour anticiper les besoins financiers et optimiser la rentabilité
4. Définir une stratégie de financement adaptée et construire une roadmap financière pour accompagner la création et le développement de l'entreprise
5. Choisir et justifier le statut juridique le plus approprié, en intégrant les aspects administratifs, fiscaux et sociaux

BLOC 3

STRATÉGIE COMMERCIALE ET MARKETING

1. Définir une stratégie commerciale et marketing claire et structurée, incluant plan d'action, KPIs et suivi des résultats
2. Mettre en place un cycle de prospection et de vente efficace, maîtrisant les techniques de prise de parole et de négociation B2B et B2C
3. Élaborer une identité de marque forte et différenciante, avec un univers graphique et digital cohérent pour renforcer le positionnement
4. Créer et déployer des supports de communication et de promotion percutants, incluant landing pages, plaquettes, flyers et réseaux sociaux
5. Générer et convertir des leads tout en suivant et analysant les KPI commerciaux et marketing pour optimiser la performance et la rentabilité.

BLOC 4

PITCH & TREMPLIN

1. Synthétiser et présenter l'ensemble des éléments clés du projet (Product Market Fit, financement, commercialisation, marketing) de manière claire et structurée
2. Construire un pitch convaincant et impactant, adapté à différents interlocuteurs (investisseurs, partenaires, clients...)
3. Développer ses compétences de communication orale et de gestion des questions-réponses, pour défendre le projet avec assurance