

Workshop Evènementiel n°4

10/03/2020

Talents Cnes – **OZ**

Miss Mandarine

Insuffler l'esprit startup dans vos organisations



Les personnages imaginaires au CNES



Immersion - OZ

Executive, Supercalifragilisticexpidélilicieux



Objectifs



Mieux connaître l'univers startup – univers différent
Progresser dans ses pratiques professionnelles – posture

TRANSPOSITION



Responsabilité sociétale

Engagement – Responsabilité – Partage

Continuez sa progression étape par étape



Agenda

- Collaboration Talent / Startup
- L'interculturel – *Arielle Meyer, startupeuse*
- Référentiel de compétences intrapreneuriales
- Startup – concurrence et partenariats



La collaboration Talent / Startup



Comment va votre collaboration startup ?
Comment va votre Ambassadeur ?



Votre connaissance (rappels)



Start up



Equipe – associés fondateurs / organisation
Stratégie de développement
Produits / service et valeur ajoutée

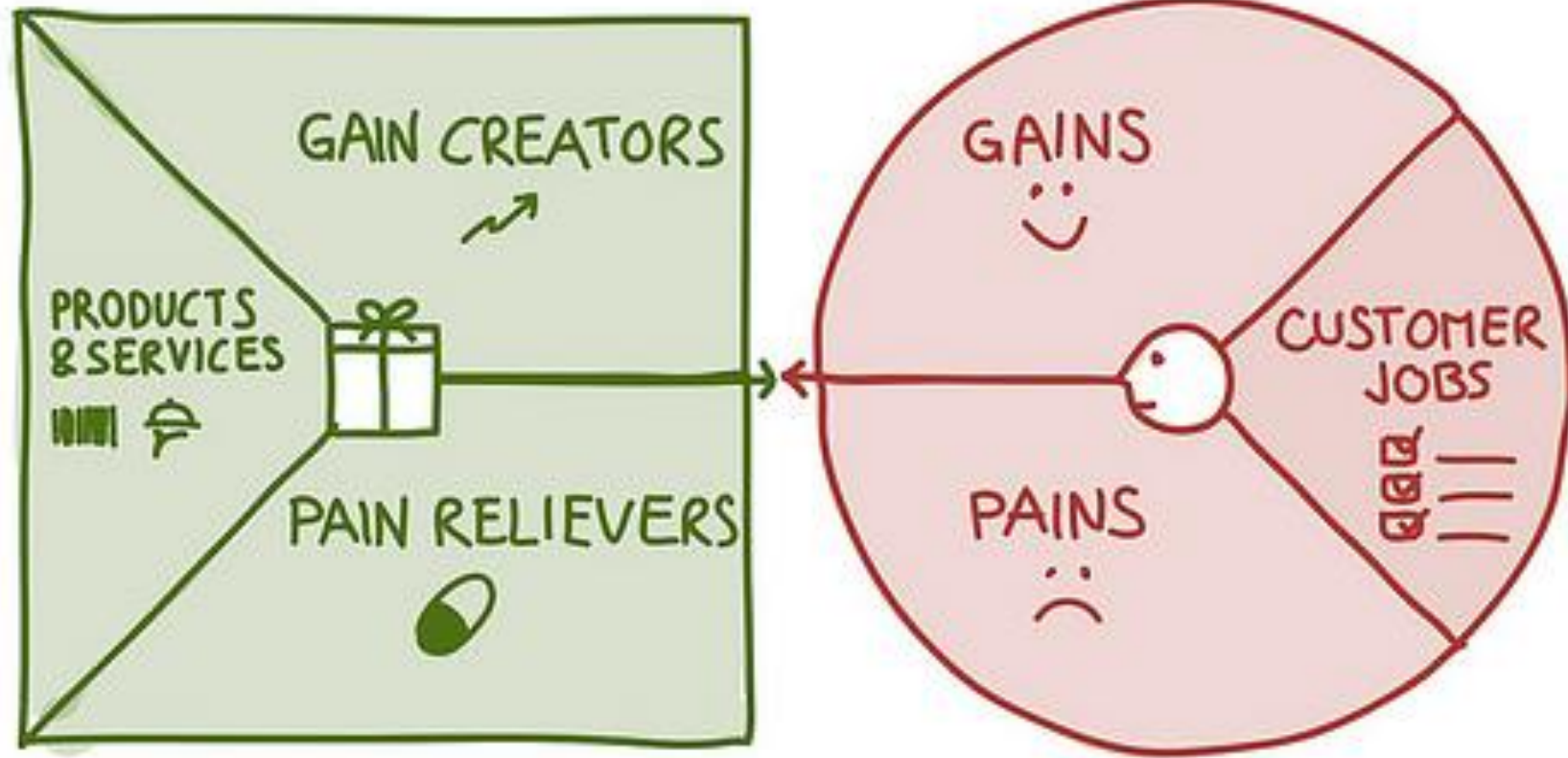


Environnement



technique / technologique
financier : banques / investisseurs
commercialisation

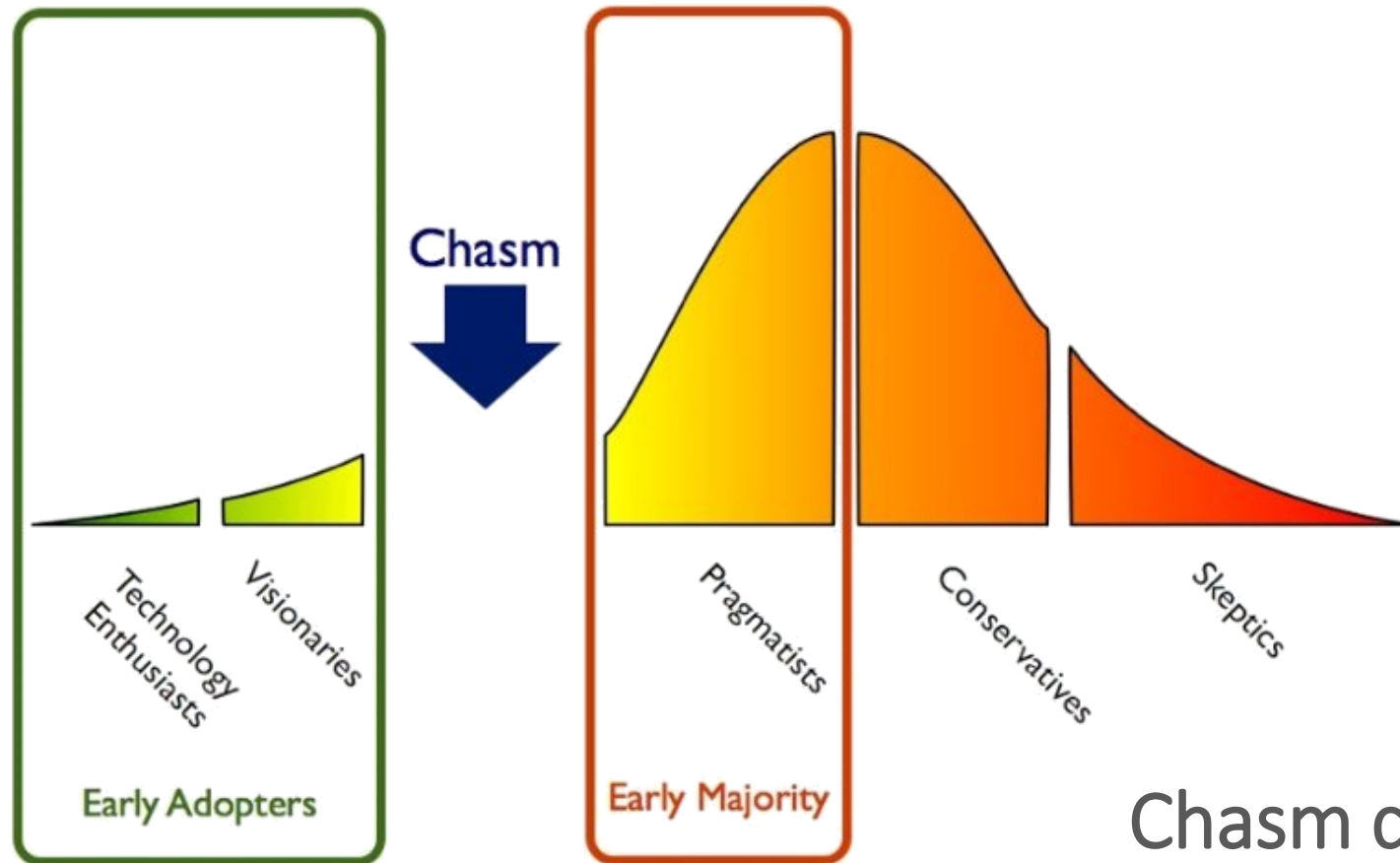




The Value Proposition



Premiers clients – une étape clé



Chasm de Moore



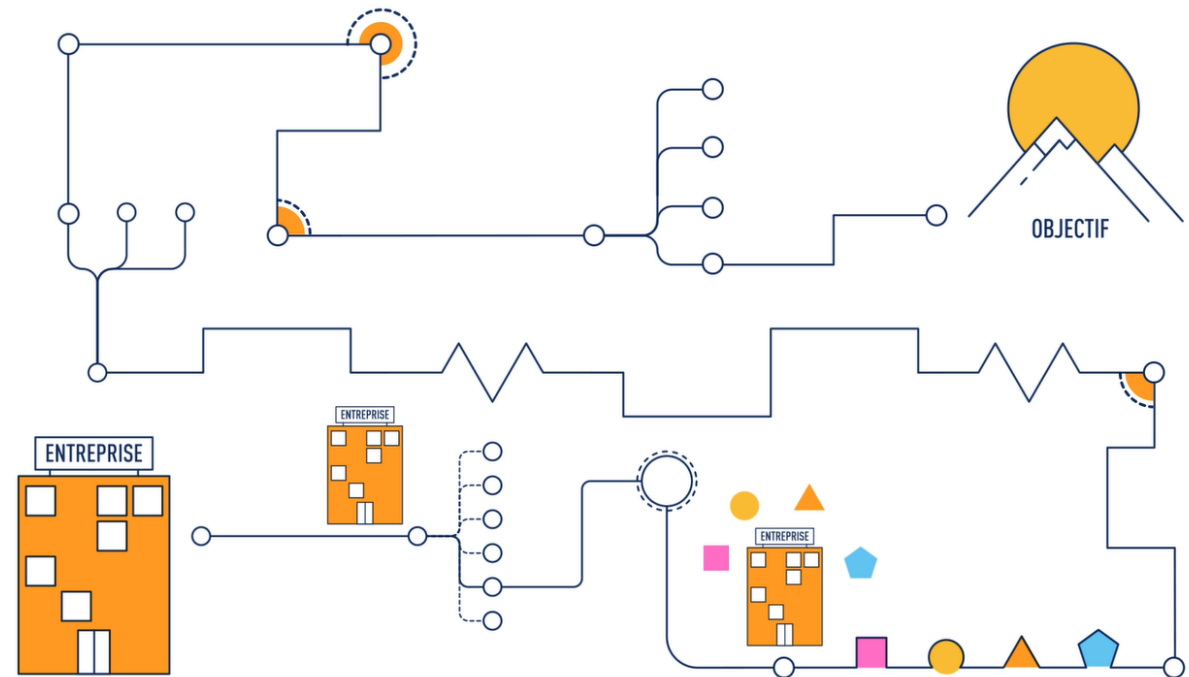
Stratégie de développement

Processus d'apprentissage itératif.

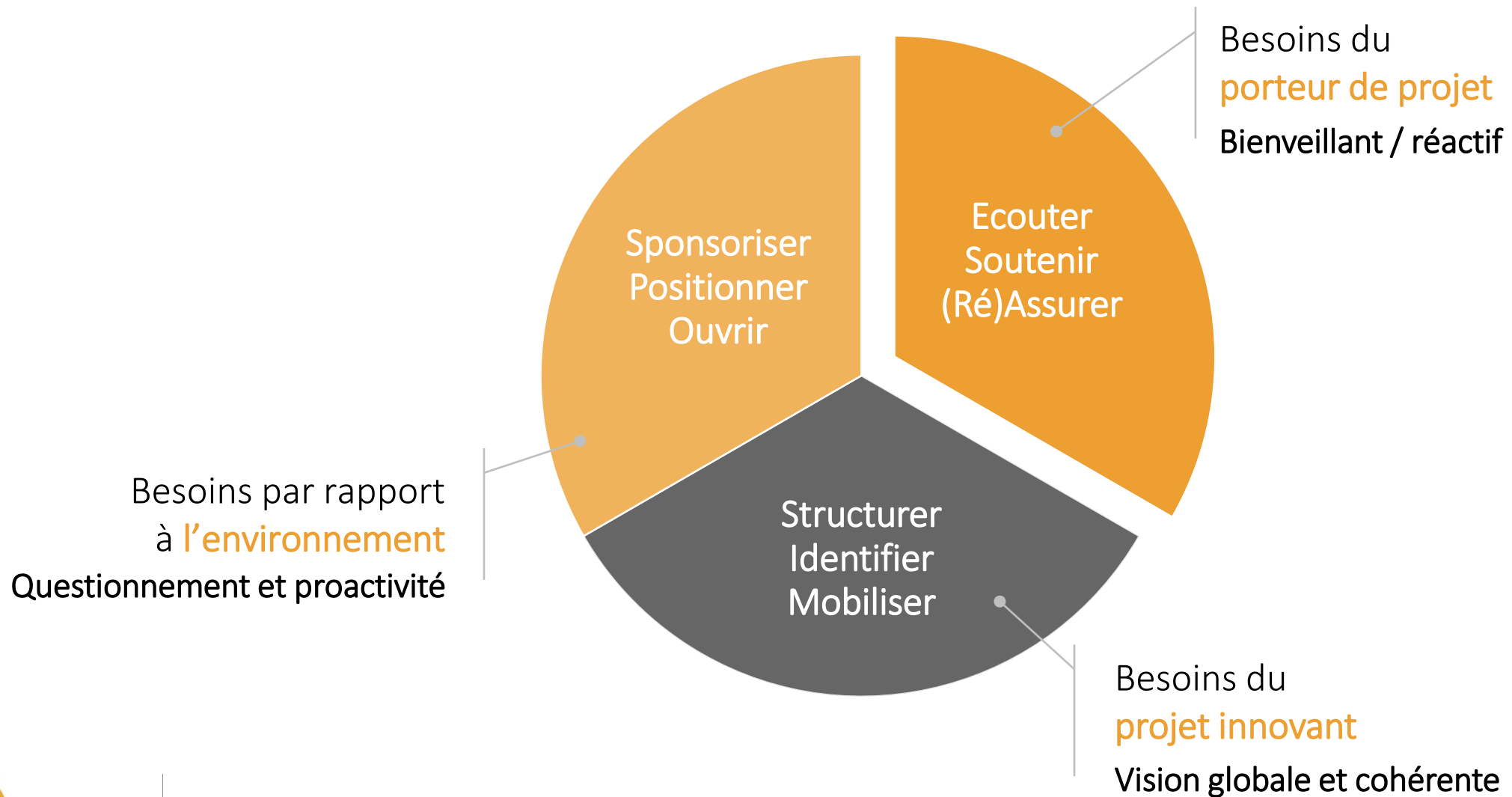
Possibilité :

- Les retours terrain montrent que le **produit/service n'est pas adapté.**
- Les itérations ont révélé de **nouveaux besoins.**

La startup change et/ou transforme son produit pour répondre : **pivot stratégique.**



Cercle de l'accompagnement et rôle de l'accompagnant



Besoin et pas l'attente !



Jouons





Interculturel

Arielle Meyer



Sommaire

Expérimentation

1. La culture

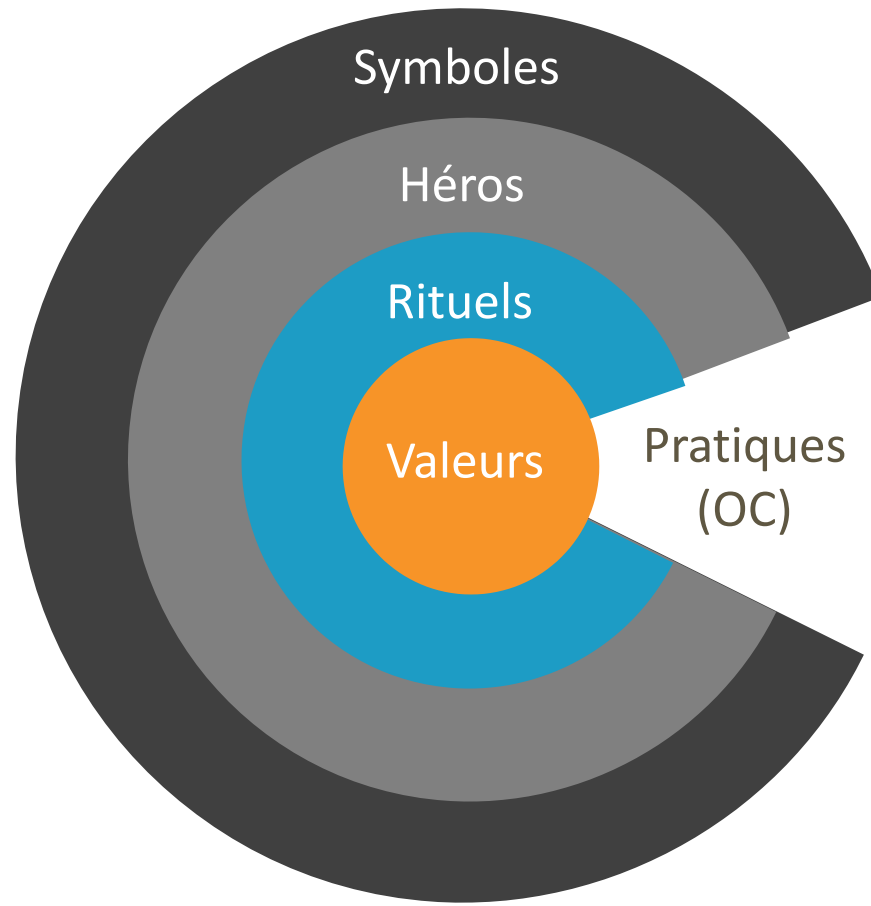
2. Les 7 dimensions culturelles

3. La règle des 4 R

4. Retour d'expérience



La programmation collective de l'esprit humain qui distingue les membres d'un groupe d'un autre



La culture n'existe que par comparaison; il en va de même pour les valeurs

Nous ne sommes pas conscients des valeurs de notre groupe de par la manière dont elles nous ont été inculquées

La culture traite des groupes et non des individus



Les 7 dimensions de la culture - Fons Trompenaar



Fons
Trompenaar

- Consultant Franco-Néerlandais en communication Interculturelle
- 10 ans de recherches sur les modèles culturels
- Créateur du IAP : 100.000 collaborateurs testés (80% de Managers / 20% collaborateurs dans plus de 100 pays.
- Ecrivain de « Riding the waves of culture », « Seven Cultures of Capitalism », ...

1. Le rapport aux règles.

Qu'est ce qui est le plus important, entre les règles et les relations humaines?

Universalisme

On pense que les règles s'appliquent de manière égale à tous.

Les relations ne doivent pas impacter les règles.



Particularisme

On pense que les règles s'adaptent selon les situations. On peut faire évoluer les règles selon la personne qui est en face (Amis, Famille, ...).

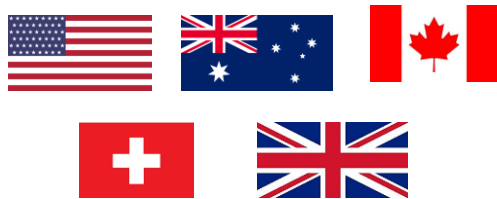


2. Le rapport au groupe

Travaille-t-on en tant que groupe ou en tant qu'individu?

Individualisme

On croit en la liberté et la réussite personnel.
Notre réussite provient de nos actes.



Collectivisme

On croit que le groupe est plus fort que l'individu.
Le groupe nous apporte sécurité, on lui doit fidélité.



3. L'émotion

Quelle est la part d'émotion que chacun d'entre nous amenons au travail?

Neutre

Les émotions n'ont pas leur place dans la sphère professionnelle. Elles n'apportent rien au business.



Emotionnelle

On peut partager nos émotions dans le cadre de notre travail. Cela fait partie de notre implication.

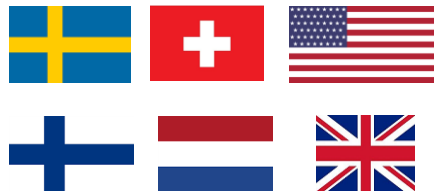


4. Le degré d'engagement

Quelle est notre degré d'engagement et quelle place fait on a sa sphère personnelle?

Limité

On ne croit pas essentiel que de bonnes relations soient importantes pour générer des résultats.
La ligne entre personnel & professionnel est franche.



Diffus

On croit que de bonnes relations sont vitales pour atteindre les objectifs.
Le lien entre le personnel & le professionnel est très clair.



5. Le Statut

Est-ce qu'on acquiert un statut par nos actions ou est-ce qu'on l'a par défintion/titre?

Attribué

Notre statut est lié à qui nous sommes.
Ce statut nous est attribué, on ne le gagne pas.



Acquis

Notre statut est lié à ce que nous avons accompli. Ce statut est acquis grâce à nos réussites.



6. Attitude à l'égard du temps

Est-ce qu'on travaille par phase ou mène-t-on plusieurs projets de front?

Séquentiel

On réfléchit à une organisation précise et on décide par ordre chronologique.



Synchrone

Le passé, le présent et le futur sont interliés – On peut tout faire en parallèle.



7. Volonté de contrôler la nature

Est-ce qu'on contrôle l'environnement ou est ce que c'est lui qui nous contrôle?

Interne

Nous sommes en capacité de contrôler l'environnement pour atteindre nos objectifs.



Externe

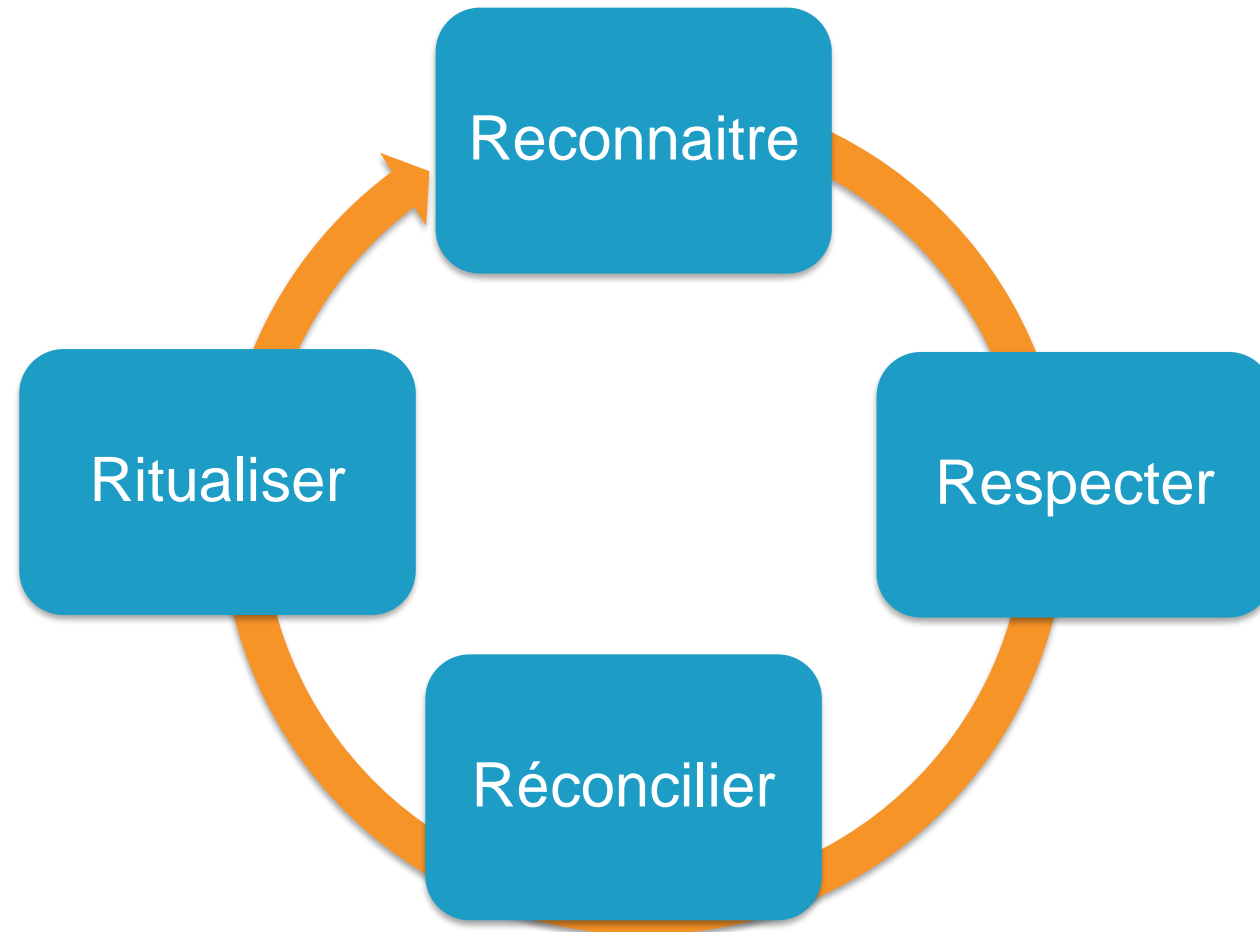
Nous devons composer avec notre environnement pour réussir.



Comment réagir?



La Méthode des 4 R.



Et vous ?



Comment les différences culturelles ont failli tuer ma boîte?

1. Le statut



Attribué

Vs

Acquis



2. Le management



Diffus

vs

Limité



3. L'organisation



Séquentiel

vs

Synchrone



La Culture traite des groupes et n'existe que par comparaison.



Transposition et progression
-
Référentiel
de compétences intrapreneuriales



Référentiel de Compétences intrapreneuriales

Compétences d'engagement

*Engagement - dynamique
positive*

Compétences conceptuelles

Compréhension de la complexité

Compétences relationnelles

Interactions interpersonnelles ou individu-groupe

Orientation vers les opportunités

Identification d'opportunités marché

Compétences stratégiques

Compréhension des enjeux stratégiques

Compétences d'organisation

*Organisation des ressources
internes et externes*



Observer la start up Transposer

Interdit : « Chez nous, c'est pas pareil, c'est pas possible ... »
Obligation : de faire l'effort de transposer



Référentiel de Compétences intrapreneuriales

Orientation vers les opportunités

*Identification
d'opportunités
marché*

Est ce que vous avez observé ces caractéristiques dans votre startup ?

Est-ce que ça change quelque chose dans vos pratiques professionnelles : avec vos équipes, avec votre hiérarchie et avec vos collègues ?

Est-ce que vous pensez avoir progresser ?

Qu'est ce que vous avez tester ?



Référentiel de Compétences intrapreneuriales

Compétences relationnelles

*Interactions
interpersonnelles ou
individu-groupe*

Est ce que vous avez observé ces caractéristiques dans votre startup ?

Est-ce que ça change quelque chose dans vos pratiques professionnelles : avec vos équipes, avec votre hiérarchie et avec vos collègues ?

Est-ce que vous pensez avoir progresser ?

Qu'est ce que vous avez tester ?



Référentiel de Compétences intrapreneuriales

**Compétences
conceptuelles**
*Compréhension de
la complexité*

Est ce que vous avez observé ces caractéristiques dans votre startup ?

Est-ce que ça change quelque chose dans vos pratiques professionnelles : avec vos équipes, avec votre hiérarchie et avec vos collègues ?

Est-ce que vous pensez avoir progresser ?

Qu'est ce que vous avez tester ?



Référentiel de Compétences intrapreneuriales

Compétences d'organisation

*Organisation des
ressources internes et
externes*

Est ce que vous avez observé ces caractéristiques dans votre startup ?

Est-ce que ça change quelque chose dans vos pratiques professionnelles : avec vos équipes, avec votre hiérarchie et avec vos collègues ?

Est-ce que vous pensez avoir progresser ?

Qu'est ce que vous avez tester ?



Référentiel de Compétences intrapreneuriales

Compétences stratégiques

*Compréhension des
enjeux stratégiques*

Est ce que vous avez observé ces caractéristiques dans votre startup ?

Est-ce que ça change quelque chose dans vos pratiques professionnelles : avec vos équipes, avec votre hiérarchie et avec vos collègues ?

Est-ce que vous pensez avoir progresser ?

Qu'est ce que vous avez tester ?



Référentiel de Compétences intrapreneuriales

**Compétences
d'engagement**
*Engagement -
dynamique positive*

Est ce que vous avez observé ces caractéristiques dans votre startup ?

Est-ce que ça change quelque chose dans vos pratiques professionnelles : avec vos équipes, avec votre hiérarchie et avec vos collègues ?

Est-ce que vous pensez avoir progresser ?

Qu'est ce que vous avez tester ?



Vos référentiels - Devoirs

- 1 Choix d'une compétence (les 6 seront à réaliser)
- 2 **Exemple vécu avec votre start-up**
- 3 Transposition, si possible déjà, à votre contexte professionnel

A traiter en binôme l'ensemble des 6 compétences – Grille envoyée à l'issue du Workshop Évènementiel.



Référentiel de Compétences intrapreneuriales

Orientation vers les opportunités

*Identification
d'opportunités
marché*

Est ce que vous avez observé ces caractéristiques dans votre startup ?

Est-ce que ça change quelque chose dans vos pratiques professionnelles : avec vos équipes, avec votre hiérarchie et avec vos collègues ?

Est-ce que vous pensez avoir progresser ?

Qu'est ce que vous avez tester ?



Nouveaux contenus sur la plateforme



Interro écrite



Approfondissement



Environnement



Fournisseurs



Startup



Clients



Partenaires

technique / technologique
financier : banques / investisseurs
commercialisation



Concurrents



Concurrence et analyse concurrentielle



Définition

« La concurrence est constituée de l'**ensemble des acteurs** proposant des produits ou services **répondant au même besoin** que celui à laquelle cherche à répondre l'entreprise par le biais de son offre commerciale. »

Définitions-marketing.com

Il existe toujours des concurrents ! Focalisation sur le client/utilisateur.



Concrètement

Se poser la question suivante : comment l'utilisateur du produit ou de la solution faisait avant de vous connaître ?

Cette question va aider à déterminer la valeur ajoutée de l'offre et ses avantages compétitifs.



Typologie de concurrents

Directs

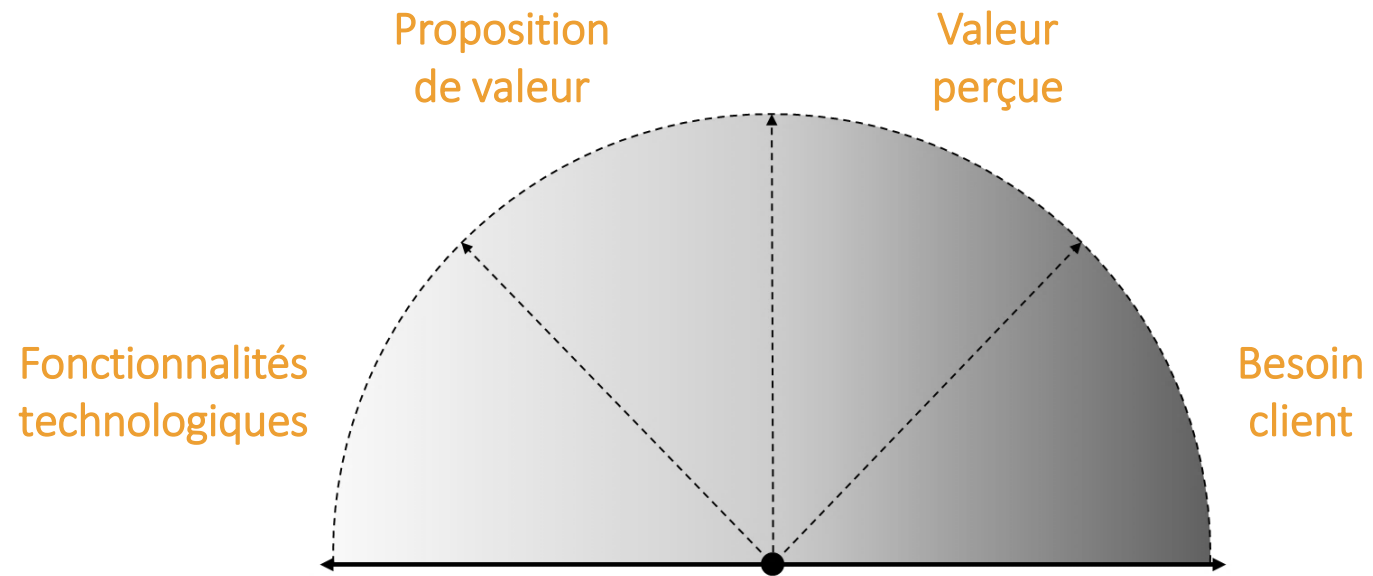
Produits/services **similaires**
répondants aux mêmes besoins.

indirects

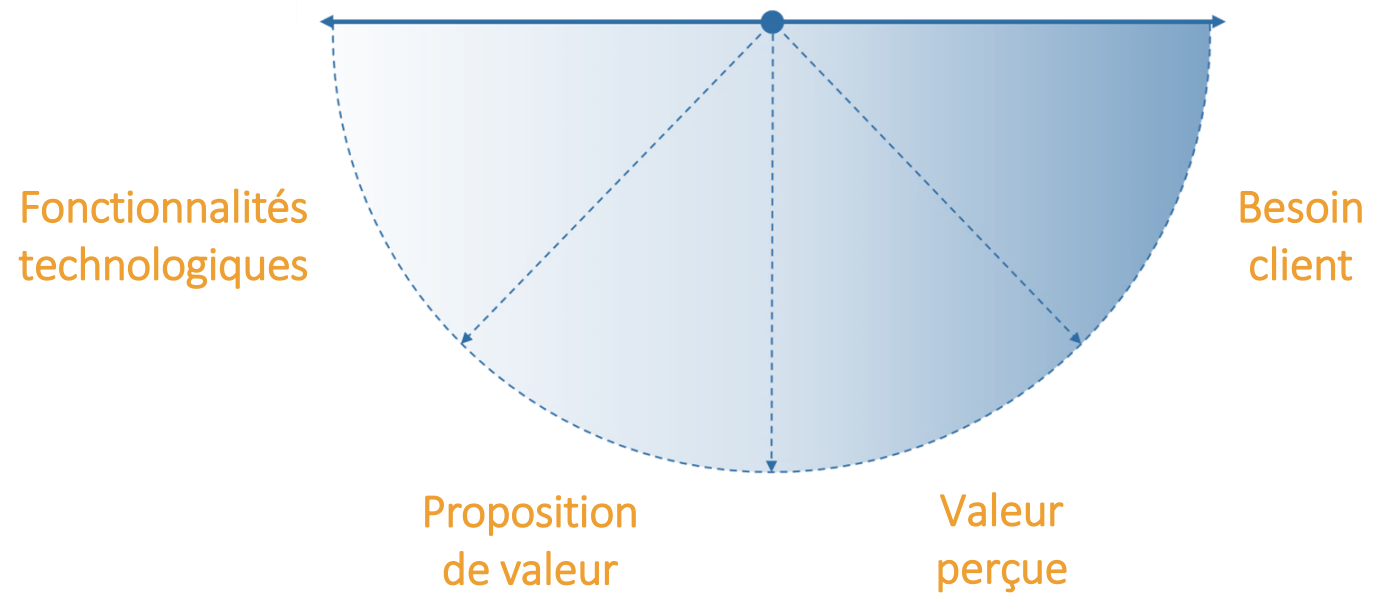
Produits/services **différents**
répondants aux mêmes besoins.



Votre offre



L'offre des concurrents



Positionnement concurrentiel



Comment se positionne mon offre par rapport à mes concurrents ?



Avantage concurrentiel

Quels sont les avantages de mon offre par rapport aux concurrents ?

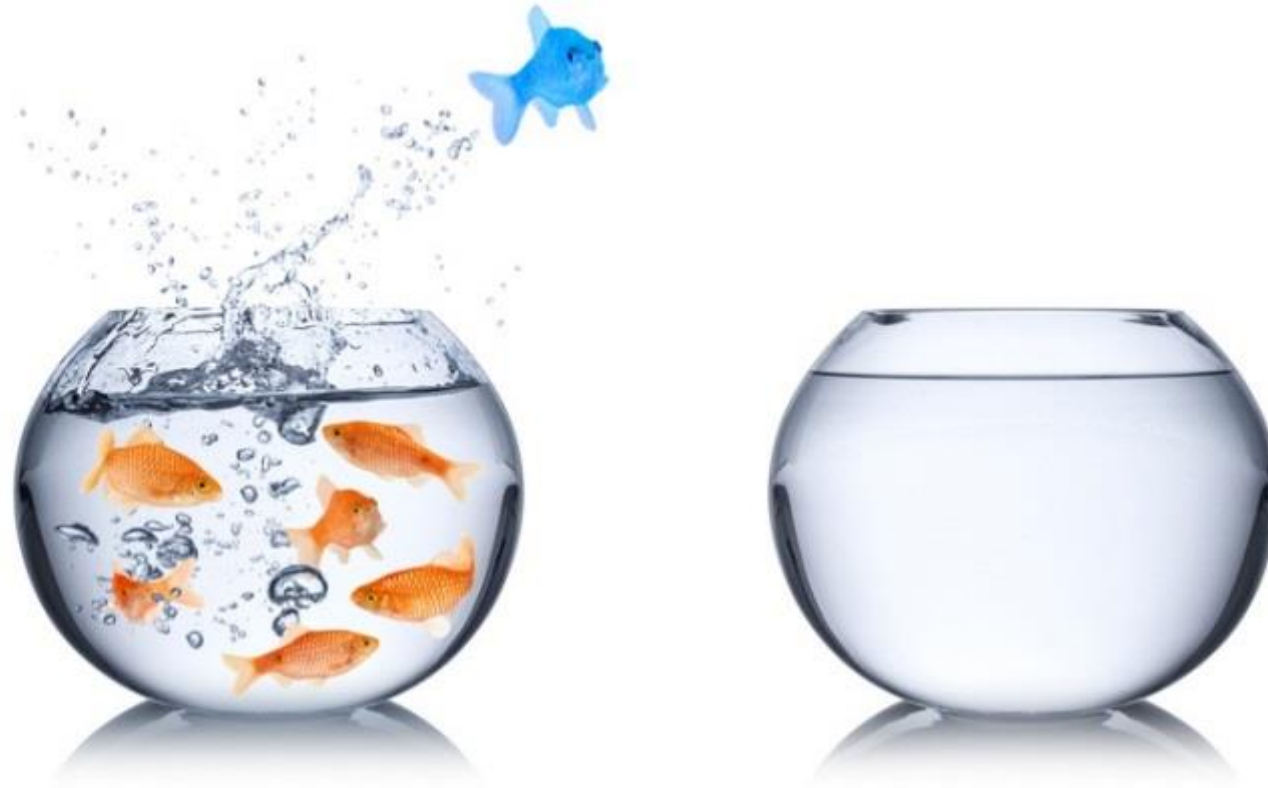
Nom du Lecteur	Installation Matérielle	Changement Point de Vue	Personnalisation du Lecteur	Hébergement Vidéo	Mixage Audio	Régie en Ligne
Youtube	✗	✗	✗	✓	✗	✗
FlowPlayer	✗	✗	✓	✓	✗	✗
JWPlayer	✗	✗	✓	✓	✗	✗
YouSwitch	✓	✓	✗	✗	✗	✗
LibCast	✗	✗	✓	✓	✗	✗
Adobe Player	✓	✓	✓	✗	✗	✗
Pictor Player	✗	✓	✓	✗	✓	✓



Différenciation



Stratégie Océan Bleu



Stratégie Océan Bleu

Océans rouges : connus de tous, règles de concurrences clairement définies, nombre d'acteurs important.

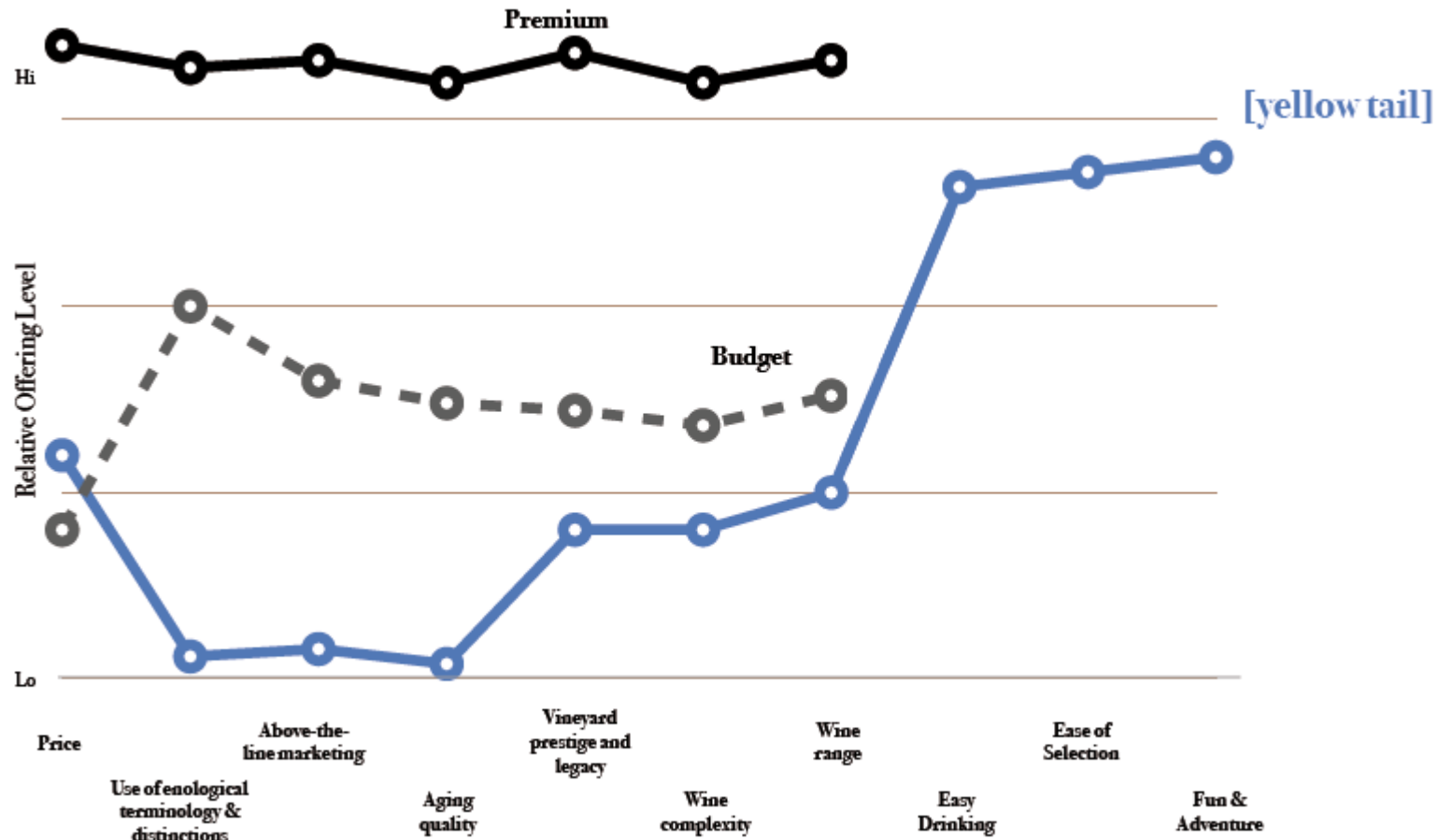
Océans bleus : espaces stratégiques inconnus, création d'une nouvelle demande, présence limitée ou inexistante d'acteurs, aucunes règles du jeu.





Canevas stratégique

Objectif : Visualiser vos points de différence avec vos concurrents et amorcer une réflexion vous permettant de créer cette différence.



Exemple : canevas stratégique de Yellow tail



Construire un canevas stratégique (1)

Etape 1 : Définir des facteurs de concurrence pour votre activité : quels sont les facteurs qui expliquent la différence entre vous et vos concurrents ?

Marché du jeu vidéo

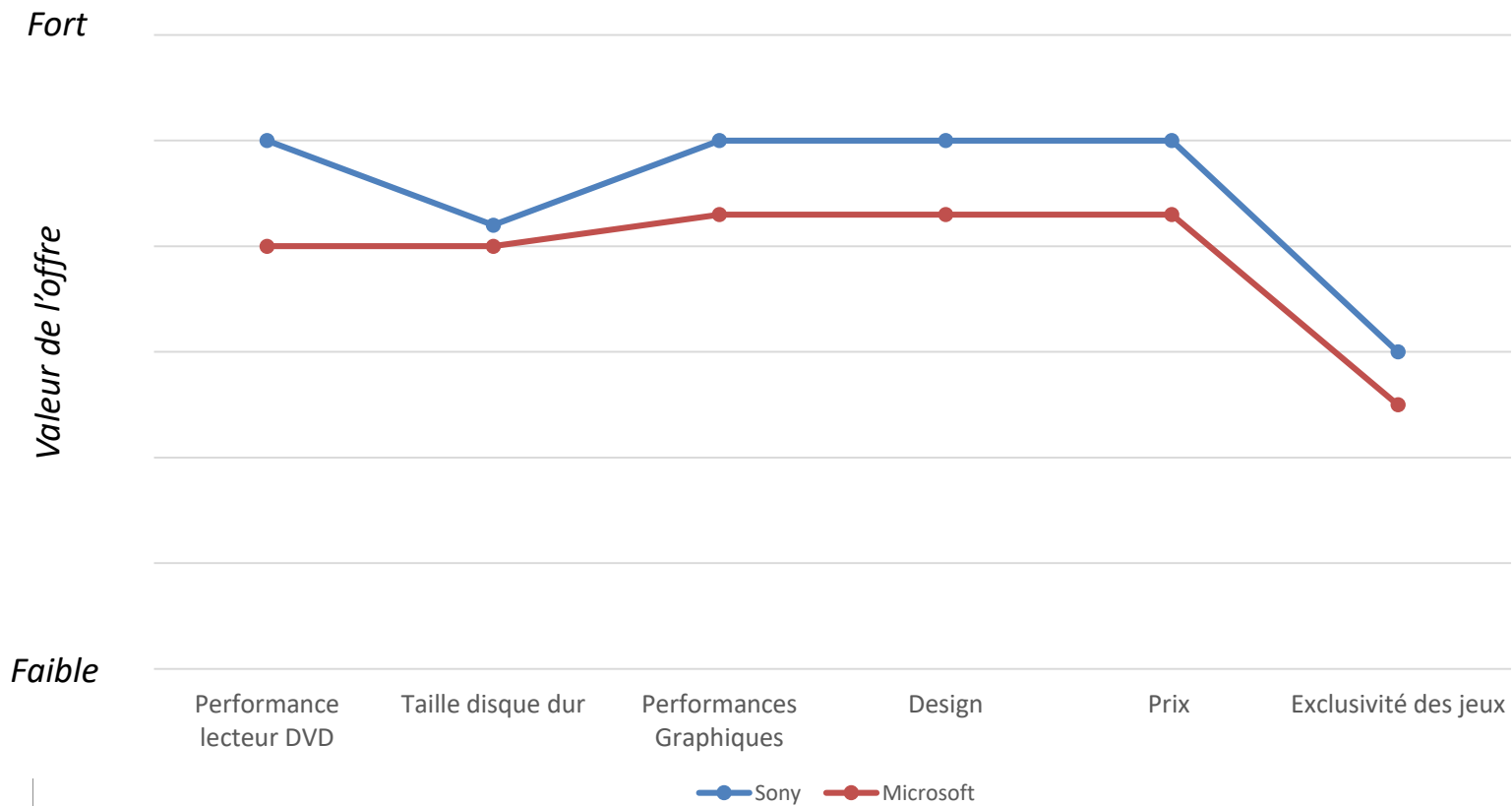
Critère 1	Performance lecteur DVD
Critère 2	Taille disque dur
Critère 3	Performances Graphiques
Critère 4	Design
Critère 5	Prix
...	Exclusivité des jeux

Exemple Nintendo Wii



Construire un canevas stratégique (2)

Etape 2 : pour chaque critère, positionnez votre performance et celle vos principaux concurrents / groupes de concurrents entre « faible » et « fort »



Construire un canevas stratégique (3)

Etape 3 : identifier les points que vous pouvez :

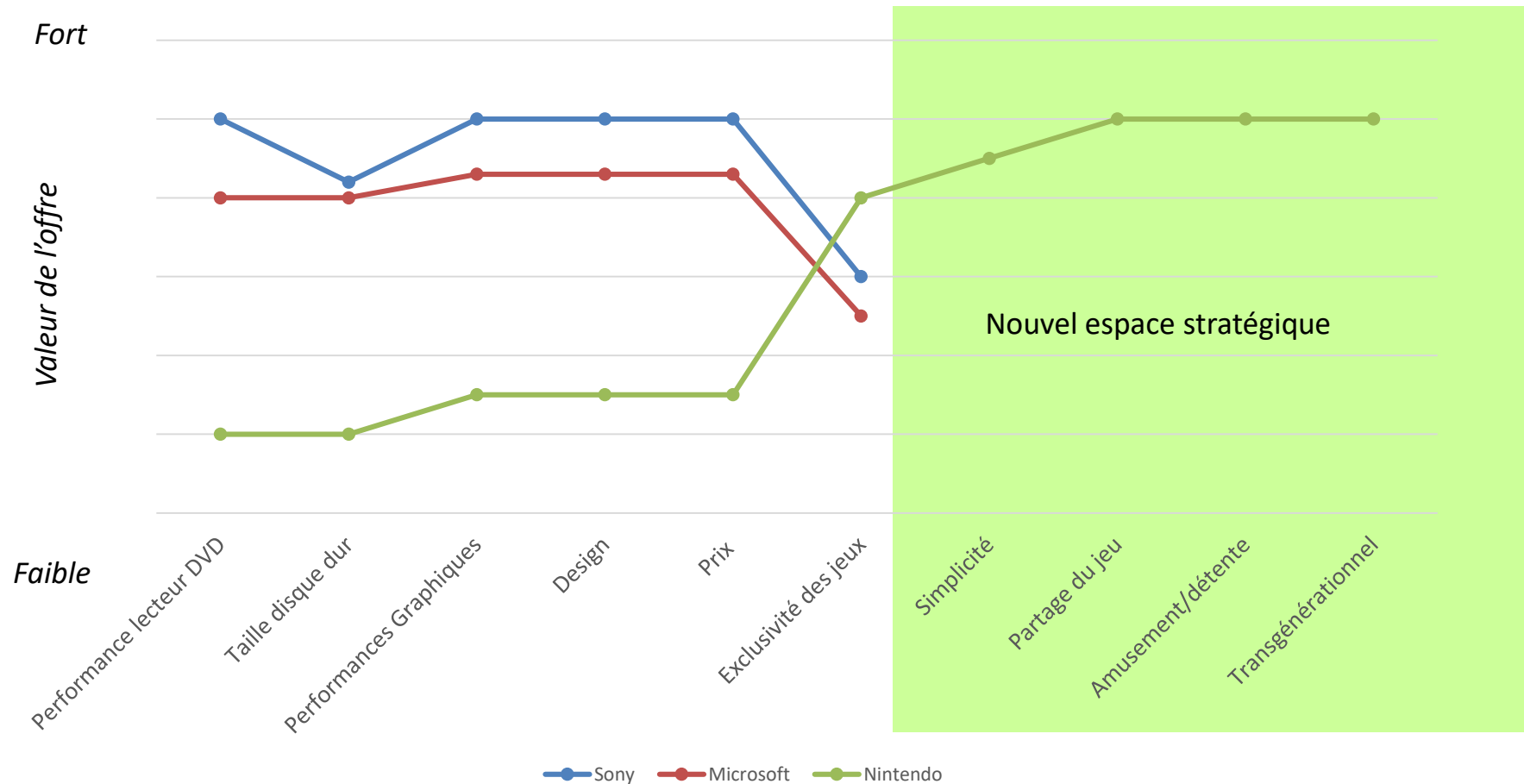
- **Exclure** : quels facteurs tenus pour évident dans le secteur devraient être éliminés ?
- **Atténuer** : quels facteurs devraient être réduits bien en-dessous des standards du secteur ?
- **Renforcer** : Quels facteurs devraient être augmentés bien au-dessus des standards du secteur ?
- **Créer** : quels facteurs devraient être créés que le secteur n'a jamais offert ?

Les services peuvent faire évoluer chacun de ces points.



Construire un canevas stratégique (4)

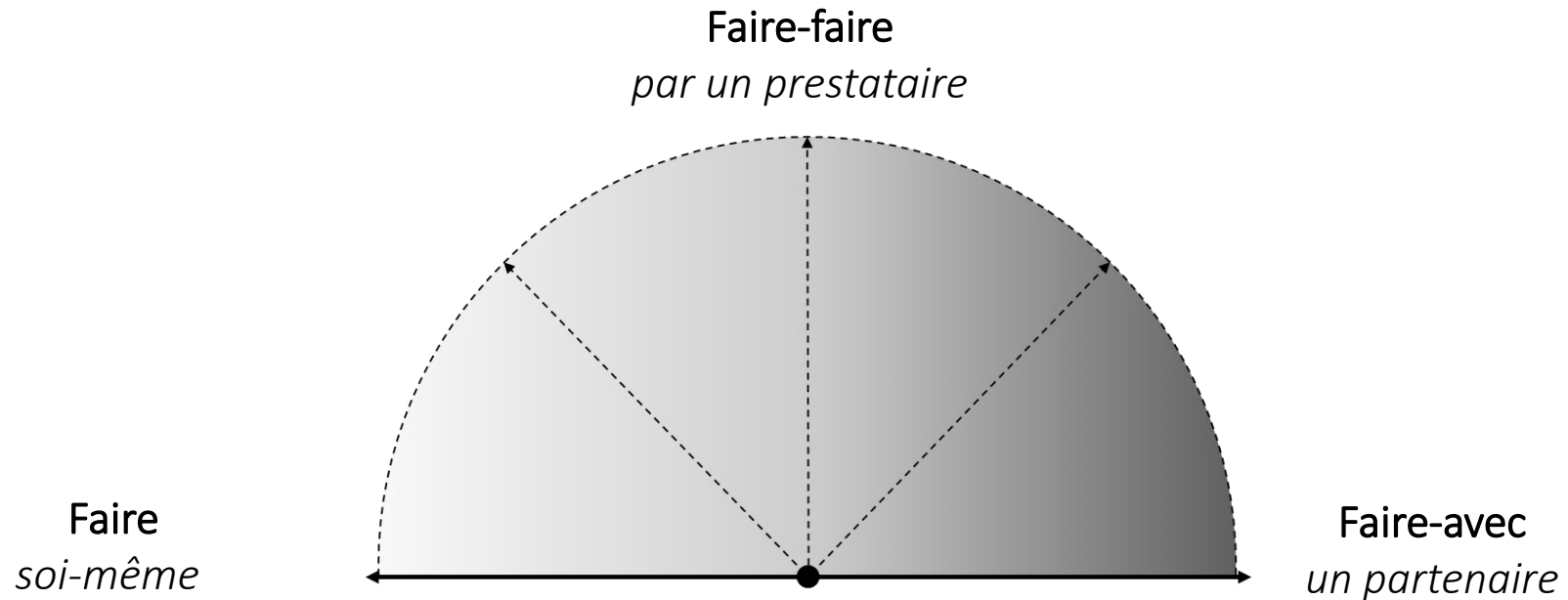
Etape 4 : positionnez votre entreprise par rapport à vos concurrent et créez un nouvel espace stratégique.



Partenariats



Développer un projet innovant



Faire

Processus **individuel**



Maitrise de l'ensemble du projet :

- Coût
- Délai
- Qualité

Maitrise de la propriété /
confidentialité

Limitation du projet aux ressources
(financières) internes

Limitation du projet aux ressources
techniques internes (compétences)

Fermeture du champ des possibles



Faire-faire

Processus d'innovation **semi-ouvert**



Ouverture du champ des possibles

Appropriation de compétences

Progression de l'ambition des projets

Maitrise du projet plus faible, aléas

Accroissement des coûts

Concentration du risque



Faire-avec

Processus d'innovation ouvert



Co-conception : utilisateurs,
partenaires...

Pertinence maximum des projets.

Impact marché.

Partage du risque.

Partage de la valeur

Maitrise limitée du projet

Complexité de management



Partenaires - Concurrents



Coopétition

coopération et compétition

« La coopétition désigne une démarche qui vise à coopérer à plus ou moins long terme avec des acteurs de la concurrence. » emarketing.fr

Partenariat versus positionnement dans la chaîne de valeur



Chaine de valeur



Fournisseurs



Startup



Clients



Partenaires



Concurrents









Offre augmentée par exemple



Dans vos startups, des partenariats ?
Avec quels partenaires ?



Métaphore de la Coquille St Jacques



« les marins pêcheurs et la domestication de la coquille Saint Jacques dans la baie de Saint Brieuc »

M.Callon, Sociologue, Mines ParisTech



Parties prenantes

Chercheurs

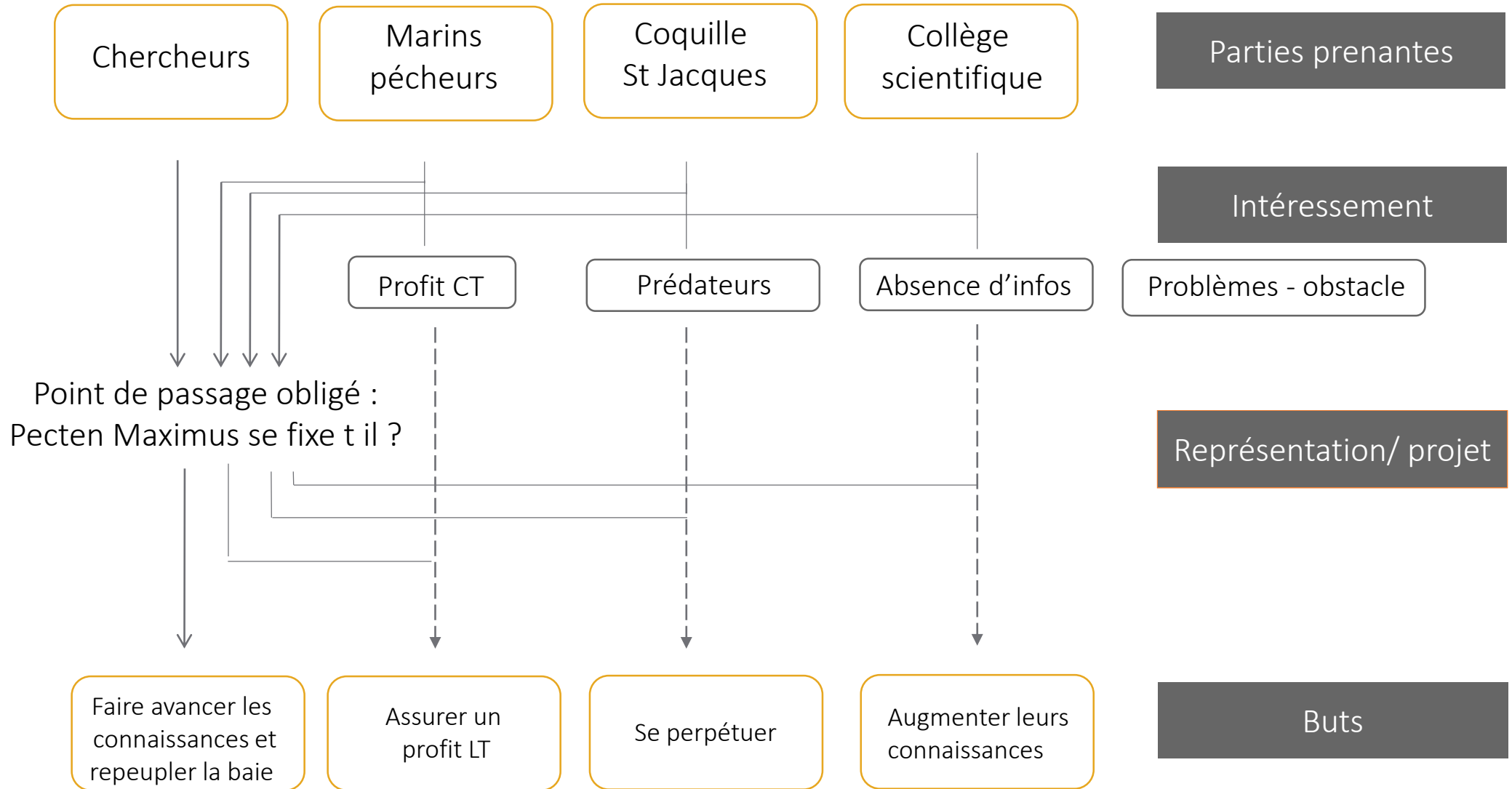
Marins
pêcheurs

Coquille
St Jacques

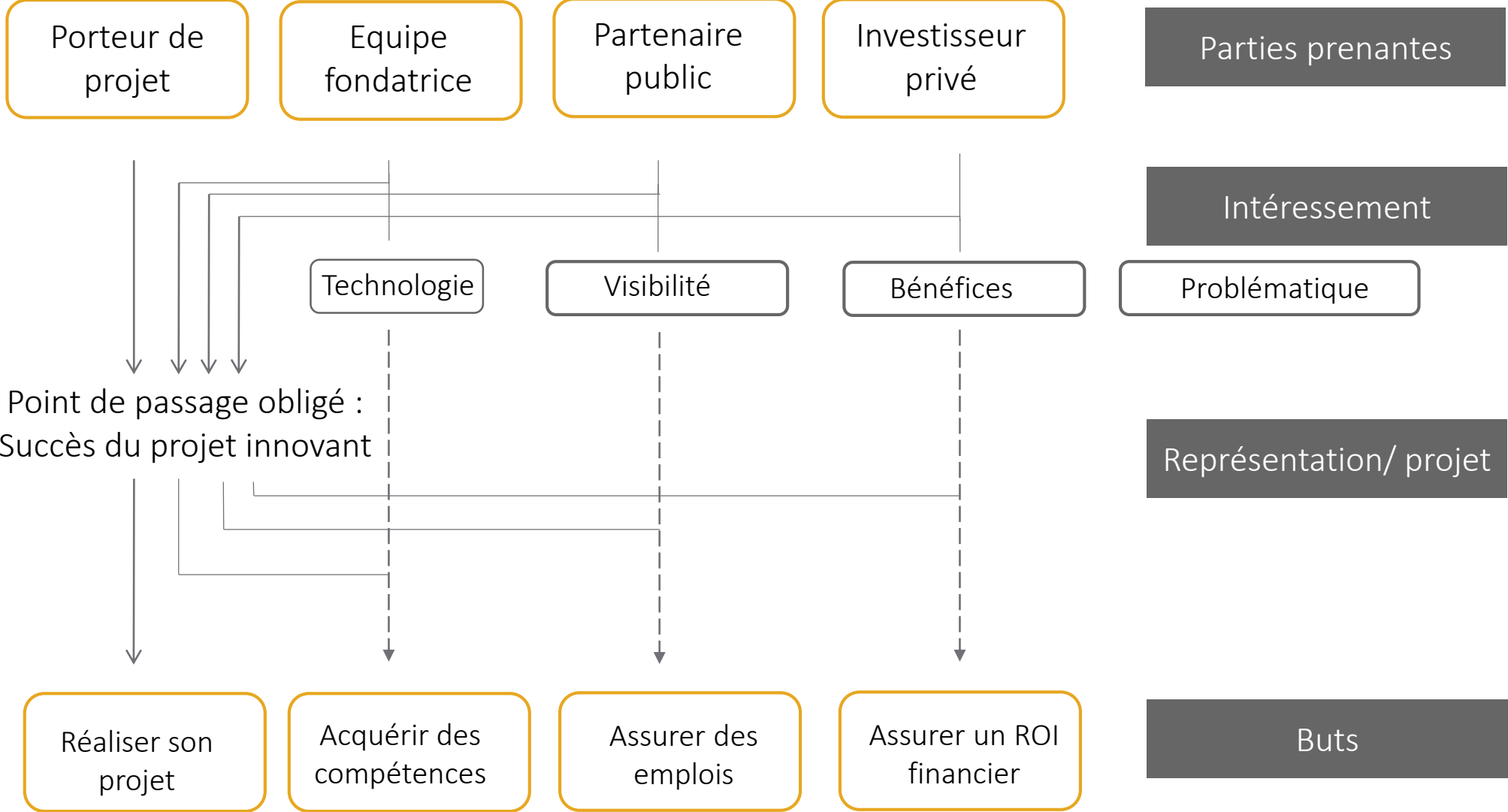
Collège
scientifique



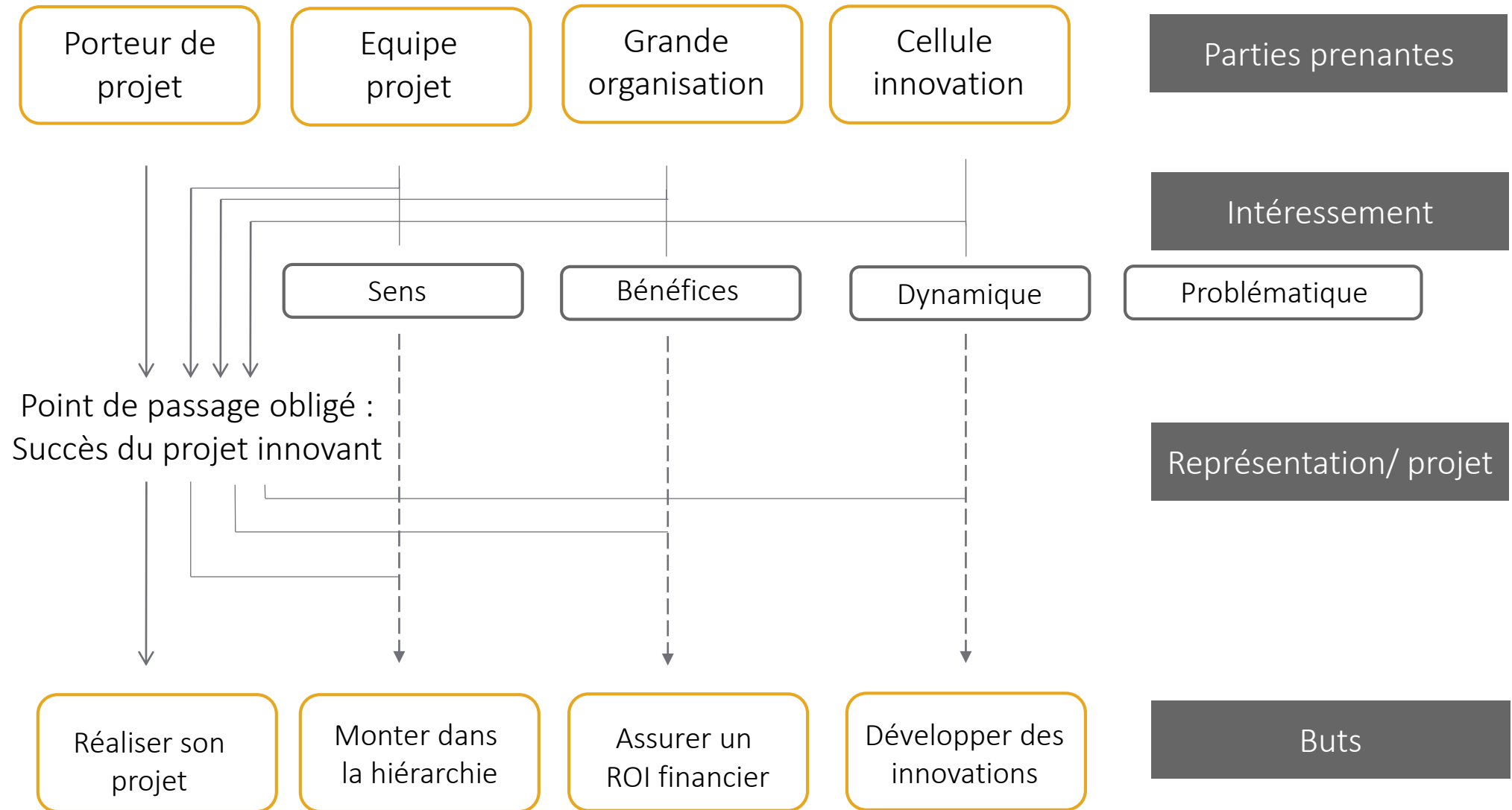
Buts



Adaptation de l'histoire



Adaptation de l'histoire



A garder en tête...



Startup



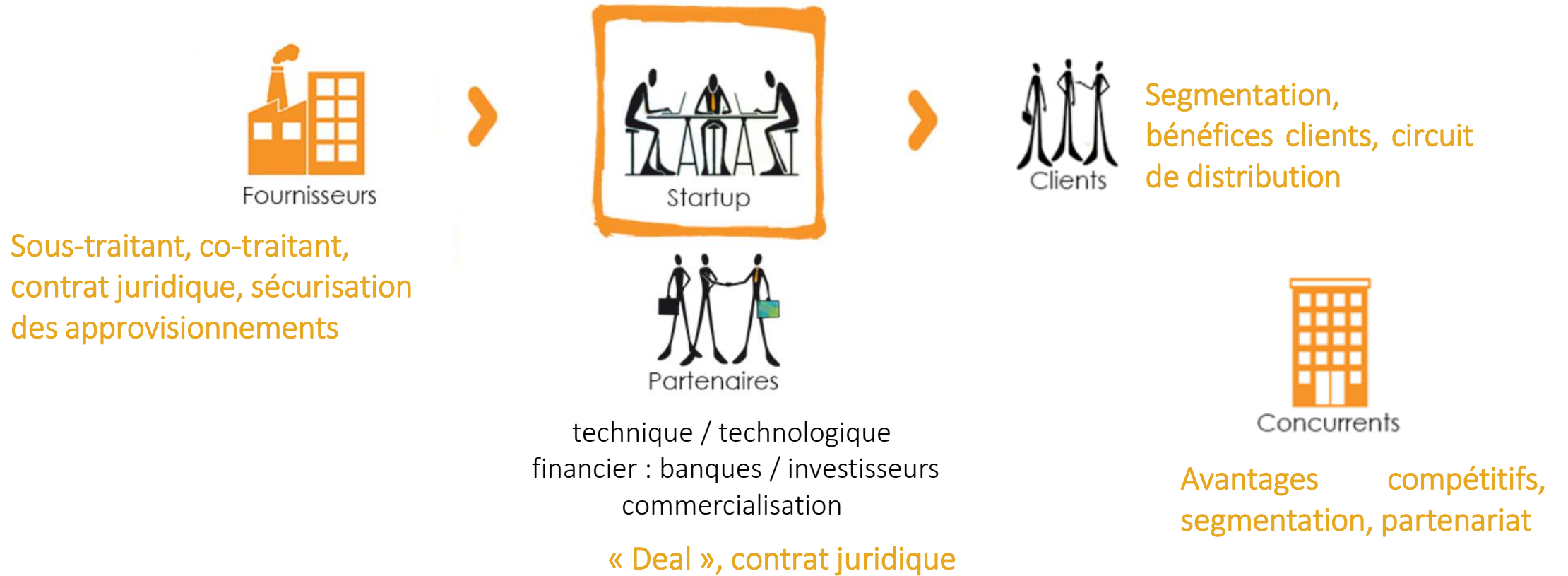
Produits, services, offres
Modèle économique
Equipe opérationnelle et associée
Organisation

Stratégies de développement,
commerciale, marketing et de
communication

Positionnement dans la chaîne de valeur : BtoB, BtoC, BtoBtoC



La startup et son environnement



Votre posture

- REACTIVITE et INDULGENCE – BIENVEILLANCE
- ECOUTE et QUESTIONNEMENT - FORCE DES PROPOSITIONS
- COHERENT – VISION GLOBALE – JUSTE (équipe)
- EFFECTUATION (faire avec les moyens dont on dispose)
- IMPLICATION, PROACTIVITE et CONSTRUCTION
- CO-CONSTRUCTION - adhésion des parties prenantes



7 avril 2020

Workshop évènementiel 5



Merci de les aider !

