
Notes récapitulatives Chapitre 1

De l'idée à l'opportunité

1. Sources de l'idée

L'idée qu'elle naisse de l'expérience, du savoir-faire, de la créativité ou d'une simple circonstance, prend souvent la forme d'une intuition ou d'un désir qui s'approfondit et mûrit avec le temps.

Comment trouver une idée ? Il ne s'agit pas d'un processus linéaire mais d'un processus itératif et empirique adapté à l'incertitude liée à la création innovante et au manque d'information. L'entrepreneur construit et teste son idée tout au long de ce processus.

2. Les types d'idée

- **Idee des autres** : Reproduction de produits ou services, brevets, licences, marques, etc.
- **Applications nouvelles** : Utilisation d'une technique, savoir-faire, nouveau contexte, etc.
- **Innovation pure** : Création d'un nouveau produit.
- **Opportunité pure** : L'occasion à saisir, circonstances favorables.

3. La créativité

3.1. Définition du concept

La créativité est la capacité à :

- Concevoir, donner forme, faire ou fabriquer quelque chose d'une manière nouvelle ou différente.
- Trouver des solutions novatrices pour répondre à des besoins ou des problèmes, et à les vendre.

La créativité est déterminante pour le succès ou l'échec de l'action entrepreneuriale. Afin d'être créatif, il est primordial pour un entrepreneur d'avoir l'esprit ouvert et les yeux tournés vers son environnement.

La créativité de l'être humain est en relation avec le fonctionnement de son cerveau. En effet, Des expériences ont montré que les deux différents hémisphères du cerveau influent sur notre manière de penser. La plupart des individus ont une préférence distinctive pour l'un de ces modes de pensée. Certains, sont plus portés sur un hémisphère ou l'autre, ou les deux.

L'hémisphère gauche qui contrôle la partie droite du corps, est associé à la logique, au langage et à la pensée analytique, il est objectif et rationnel. En outre, il permet l'abstraction symbolique, la parole, la lecture, l'écriture et l'arithmétique. Le mode de pensée qu'il permet est linéaire.

L'hémisphère droit fonctionne d'une manière synthétique, aléatoire, irrationnel, subjectif et excelle dans tout ce qui est visuel, spatial, les perceptions et l'intuition. La pensée qu'il permet est non linéaire et non séquentielle et le traitement est très rapide. **C'est l'hémisphère droit du** cerveau qui est associé au monde de la créativité.

Dans le processus de recherche d'idée, les spécialistes de la créativité, stipulent que l'individu effectue un passage entre deux modes de pensée à savoir, la pensée créative ou pensée divergente et la pensée critique ou pensée convergente (Osborn, 1942). Ces mêmes spécialistes pensent qu'il est important :

- D'empêcher toute censure ou autocensure pour trouver de nouvelles idées.
- De diviser la recherche d'idées en deux temps afin de tenir compte de la puissance novatrice de l'hémisphère droit du cerveau et de la force conservatrice de l'hémisphère gauche qui résiste à cette force novatrice.

Concrètement lors du passage de la pensée divergente à celle convergente, deux étapes sont à suivre :

1. Ouverture aux idées, ce qui permet de...

- Faire place d'abord à l'imagination en différant le jugement ou la critique.
- Prendre un minimum de temps grâce à la spontanéité et à la stimulation du groupe.
- Trouver beaucoup d'idées dans un temps limité.
- Multiplier le pouvoir d'association des idées de chacun des membres.
- Améliorer les idées émises en surfant sur les idées des autres.
- Cumuler plus d'idées et envisager ainsi plus d'alternatives.

2. La sélection des idées, permettant de...

- Trouver plus d'idées susceptibles de fournir de meilleures options.
- Prendre plus de temps pour transformer les idées en solutions afin de respecter les différents critères.
- Fournir des solutions nouvelles, réalistes, réalisables et perfectibles susceptibles de rencontrer les exigences de la situation, du problème ou du client.

L'individu peut aussi **développer son potentiel créatif** en favorisant certains comportements et attitudes tels que...

- Ne pas avoir peur de l'échec.
- Déréguler les mentalités (briser les chaînes personnelles et celles de la société, éviter les stratégies de suiveur, etc.).
- Préférer la diversité à la spécialisation.
- Imaginer et rêver.
- Considérer les questions soi-disant futiles qui sont en fait les plus subtiles.
- Être à l'affût des informations qui engendrent un courant créatif.

Cependant, il existe plusieurs obstacles à la créativité tels que :

- **Ceux Liés à l'individu** : la peur de s'engager dans la nouveauté, le perfectionnisme, la résistance au changement, la crainte du ridicule, le manque de confiance en soi, etc.
- **Ceux Liés au niveau cognitif** : goût de la logique et le refus de rêver, la connaissance et l'expérience, le jugement prématuré, le manque de vision globale.
- **Ceux Liés à l'environnement global ou professionnel** : la critique négative, l'éducation, le manque d'encouragement et l'intolérance face à la différence, la pression du groupe de travail, le manque de volonté des dirigeants, le climat de compétition, etc.

3.2. Les techniques de créativité

Les méthodes de créativité divergentes, les plus utilisées aujourd'hui, sont souvent basées sur la posture créative, sur la génération d'un grand nombre d'idées débridées et sur le lâché prise.

- ✓ **Le brainstorming** : Le Brainstorming est très connu et particulièrement adapté à la génération de nouveaux noms et de slogans. Il s'agit d'une technique utilisée pour régler les problèmes de manière créative et pour produire spontanément le grand nombre d'idées sur un sujet. L'usage de cette technique doit obéir à deux principes à savoir :
 - la suspension du jugement.
 - la recherche la plus étendue possible.

Par ailleurs, lors de l'application du brainstorming, le groupe de travail doit prendre en compte certains éléments vitaux tels que :

- l'absence de critique et de jugement,
 - le fait de laisser libre cours à l'imagination,
 - la possibilité de combiner les idées entre elles et de les améliorer,
 - la collecte d'un maximum d'idées.
- ✓ **Le mindmapping** : une technique développée par le psychologue et mathématicien Tony Buzan dans les années 70. Elle met en œuvre le cerveau global et permet de représenter graphiquement le schéma de la pensée d'une personne et le réseau d'association de ses idées. Concrètement, il s'agit d'écrire au centre d'une feuille un sujet qu'on souhaite traiter, on doit utiliser des couleurs. On l'entoure et à partir du centre, on trace des lignes ou branches et on inscrit les mots clés qui correspondent aux idées, concepts capitaux, on subdivise les lignes à nouveau en des nouvelles branches pour y inscrire de nouveaux mots-clés. Et enfin, On continue l'arborescence.
 - ✓ **La technique de SCAMMPERR** : il s'agit de transformer un objet, un service, un procédé, un processus, une action, un slogan, une journée d'intervention ou un spectacle, etc. en quelque chose de nouveau en posant la liste de questions SCAMMPERR (S : Substituer, A : Adapter, M : Magnifier, E : Éliminer, R : Réorganiser, C : Combiner, M : Modifier, P : Produire, R : Renverser).
 - ✓ **La technique des 6 chapeaux** : développée par Edward BONO qui stipule que pour mieux réfléchir, il ne faut faire qu'une seule chose à la fois. Il propose de porter successivement six chapeaux de couleurs différentes. Chaque chapeau correspond à une façon de penser spécifique. Cette méthode permet d'éviter la censure et la critique.
 1. **Le chapeau blanc**, couleur de la neutralité, de l'objectivité. On énonce des faits, des informations, des chiffres.
 2. **Le chapeau rouge** suggère la colère, la rage, la passion, les émotions. On exprime ses sentiments et ses intuitions sans se justifier.
 3. **Le chapeau jaune** pense «avantage», le jaune, c'est une couleur ensoleillée et positive. On exprime des commentaires positifs et constructifs : critique positive, optimisme.

4. **Le noir** est une couleur lugubre et négative, représente la prudence. On pense négativement, on critique, on souligne les dangers, les risques liés à une idée.
5. **Le vert** représente la végétation, représente la créativité, la fertilité. L'objectif est de trouver de nouvelles idées, des solutions de rechange.
6. **Le bleu** la couleur du ciel qui est au-dessus de toute chose. Il pose la question de départ, canalise les idées et favoriser les échanges entre les chapeaux.

4. Le passage de l'idée à l'opportunité

L'entrepreneur doit être capable de remarquer, de saisir et d'exploiter des opportunités permettant de créer une valeur. Il doit aussi savoir agir au bon moment et par conséquent, il doit avoir une idée clairement définie, un marché qui la justifie et les ressources nécessaires pour la mise en œuvre de l'idée novatrice (référence au modèle des 3 E).

Une fois que l'idée est définie, l'entrepreneur doit passer par plusieurs étapes afin de transformer l'idée de son état brut à une opportunité. Pour ce faire, l'idée passe par plusieurs tests de validité. L'entrepreneur peut ainsi valider son potentiel de création de valeur, évaluer les besoins en ressources, planifier le projet et enfin s'assurer à priori de son compatibilité avec l'équipe.

Concrètement, l'entrepreneur doit parcourir 6 grandes étapes importantes à savoir :

1. **Définir votre idée avec le plus de précision possible** : il s'agit de définir...
 - les produits et services à vendre,
 - les besoins à satisfaire,
 - les produits et services complémentaires,
 - les points de différenciation par rapport à la concurrence,
 - les clients cibles, le choix de ciblage et les moyens de ciblage.
2. **Rechercher des informations** concernant...
 - les produits et services à vendre,
 - le marché,
 - les fournisseurs et les clients potentiels,
 - les équipements et matières premières nécessaires.
3. **Recueillir les avis et conseils de spécialistes** : bénéficier des structures professionnelles de conseil et d'aide à la création et bénéficier de leur regard objectif.

4. Analyser les contraintes liées à votre projet

Il convient, à ce niveau, d'analyser les contraintes :

Liées au marché

- ✓ **Le Marché est à créer**, cela suppose des frais de communication et de prospection importants, et un temps d'évaluation de la réaction de la clientèle notamment face à une innovation technologique de rupture.
- ✓ **Le marché est encombré**, cela nécessite des moyens de différenciation par rapport aux concurrents.

- ✓ **Le marché est dominé par des grands groupes**, cela exige pour l'entrepreneur de prévoir des moyens pour affronter la concurrence existante.
- ✓ Difficultés d'approvisionnement ; nécessité de constitution de stocks importants.
- ✓ Difficultés de recrutement de RH ; temps et coûts nécessaires pour la constitution des équipes.

✓ **Liées aux produits et services**

- ✓ Dans le cas d'un produit de luxe il faut prendre en compte les coûts de création d'une marque, le coût d'un « packaging » adapté, les modalités de distribution (réseau sélectif).
- ✓ Si le produit obéit à un effet de mode, l'entrepreneur doit prendre en compte le fait qu'il s'agit d'un produit de courte durée de l'exploitation économique.
- ✓ S'il s'agit d'une activité axée sur un produit dangereux ou à forte nuisance, il faut prévoir une gestion des réactions hostiles du voisinage et des mouvements de protection de l'environnement.
- ✓ S'il s'agit d'un produit ou un service ayant une image négative auprès du public, l'entrepreneur doit consentir de grands efforts de communication afin d'inspirer confiance et de montrer aux clients cibles les points de différenciation de son offre.

✓ **Liées au cadre légal :**

- ✓ Activité réglementée, cela exige une certaine expertise et expérience professionnelles.
- ✓ Activité en cours de réglementation, nécessite un accès aux informations concernant les conséquences de la réglementation et une connaissance approfondie sur les autorisations est requise.

5. Dégager les grandes lignes du projet

Il s'agit pour l'entrepreneur de faire une récapitulation des éléments constituées lors des étapes précédentes, de réfléchir sur les besoins en termes de Moyens immobiliers, équipements, humains et financiers. Il convient aussi à ce niveau de faire le choix du type d'entreprise à créer (individuelle, société, association), ainsi que le choix de stratégie commerciale à mettre en œuvre.

6. Faire le bilan personnel

L'entrepreneur doit se poser plusieurs questions :

- ✓ A-t-illa motivation pour entreprendre ?
- ✓ A-t-il la personnalité et les compétences nécessaires ?
- ✓ Dispose-t-il de temps pour mener à bien ce projet ?
- ✓ Est-ce que l'environnement (professionnel, familial) est propice ?

En conclusion, pour mettre toutes les chances de son côté, l'entrepreneur doit vérifier la cohérence entre :

- Les contraintes propres au projet, qui doivent s'avérer maîtrisables,

- Ses motivations,
- Ses objectifs,
- Son savoir-faire,
- Ses contraintes personnelles.

