



Trouvez

votre idée de produit innovant en 3 étapes.

Identifiez un problème à résoudre

Des exemples d'entreprises qui ont correctement identifié un problème à traiter.

Ecartez les faux problèmes

Pour quelles raisons passe-t-on à côté du problème?

La checklist

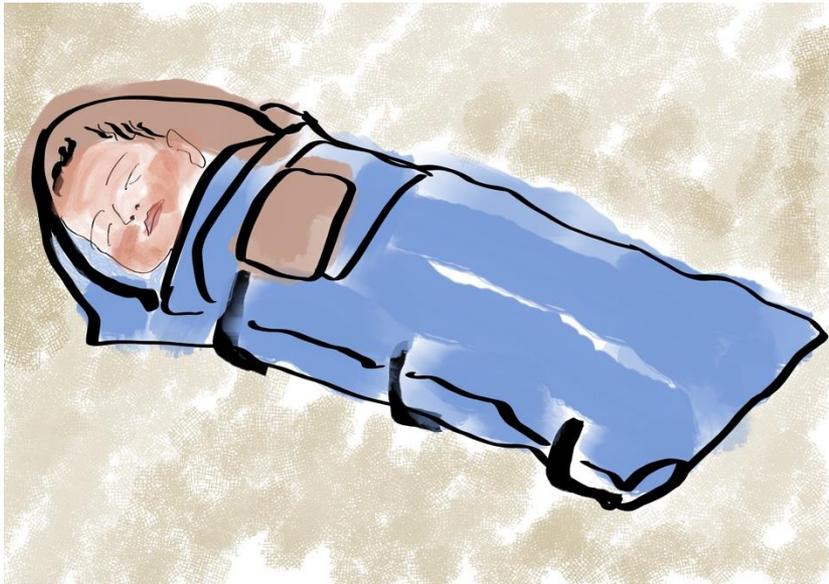
Validez votre idée de produit innovant en 3 étapes.

Trouvez un problème à
traiter

Innover, c'est identifier un **problème** et y répondre de façon nouvelle.

**Voici des exemple de problèmes
correctement identifiés et les solutions
apportées à ces problèmes.**

Les naissances d'enfants prématurés



- **Problème identifié : Chaque année dans le monde, 3 000 000 d'enfants prématurés décèdent dans les semaines qui suivent leur naissance.**
- Avec [l'Embrace Infant Warmer](#), Jane Cheng et ses associés ont créé un produit innovant alors qu'ils comptaient initialement se lancer dans la fabrication d'une couveuse low cost pour bébés prématurés.

Du linge propre pour les quartiers défavorisés



- **Problème identifié : En Inde, des milliers d'habitants de quartiers défavorisés n'ont pas de solution pour faire laver leur linge sale et le récupérer rapidement.**
- [Akshay Mehra](#) a créé le Village Laundry Service un service mobile de lavage et de séchage de vêtement pour permettre à plusieurs centaines de familles à bas revenus de faire laver leur linge sale et le récupérer en 24 heures.

Garder le contact avec ses élus

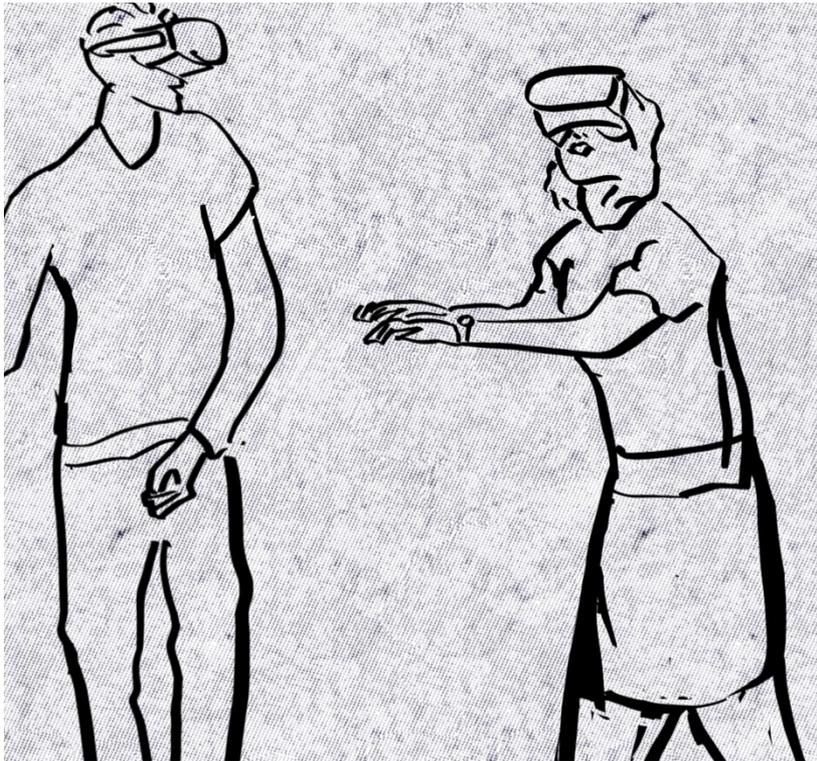


- **Problème : Aux Etats-Unis, la plupart des électeurs ne savent pas comment entrer en contact avec leurs élus une fois l'élection passée.**
- [David Binetti](#) a créé le réseau social 2gov pour permettre aux citoyens d'informer leurs élus au sujet des problèmes qu'ils rencontrent.

Ecartez les faux problèmes

- Certains créateurs de startups proposent des solutions qui n'intéressent pas les clients. Il y a deux raisons à cela :
 - Le **problème est imaginaire**. Il provient d'une méconnaissance de la situation et des usages.
 - Le problème existe mais il **ne vaut pas la peine d'être résolu**. Les usager peuvent surmonter leur problème autrement et n'achèteront pas votre produit.
- Voici deux exemples de solutions qui ne résolvaient pas de problème.

Le problème est imaginaire



- Problème imaginaire : A-t-on besoin d'un avatar 3D et de réalité virtuelle pour communiquer avec ses amis?
- Voici l'[exemple d'Eric Ries](#) qui s'imaginait que les utilisateurs de chat (messenger, skype, etc.) souhaitaient avoir des avatars 3D dans un environnement de réalité virtuelle associé à leurs comptes.

Le problème ne vaut pas la peine d'être résolu



- **Problème surestimé : Les associations passent-elles tant de temps que ça à éditer des journaux ?**
- Voici l'exemple de [Kelyma](#) (en BD) dont le créateur (moi-même) supposait que les associations passaient beaucoup de temps à élaborer des contenus pour éditer leurs journaux.

Comment identifier un
problème ?

Étape 1 : Où a lieu le problème ?

- Déplacez-vous dans le **lieu** où le problème se pose et où votre idée pourra être testée.
- Identifier le **moment** où le problème survient.
- **Observez** la façon dont ceux qui subissent le problème agissent.
- Pour aller plus loin : [La confiance créative de Tom et David Kelley](#)

Étape 2 : Questionnez

- Posez autant de fois la question « **pourquoi** » que cela sera nécessaire. En confrontant votre interlocuteur à plusieurs pourquoi successifs, vous l'encouragez à réfléchir aux raisons implicites de son comportement et vous remonterez jusqu'au **problème**.
- Demandez à votre interlocuteur d'effectuer ses tâches **en pensant à voix haute** comme si vous n'étiez pas là. C'est un moyen efficace de découvrir les inquiétudes non formulées, les perceptions et les raisonnements de votre interlocuteur.
- Demandez lui de **schématiser** son expérience, vous découvrirez encore d'autres informations.
- Soyez attentifs à l'expression d'un ressenti. Plus votre interlocuteur **manifeste son émotion** (colère, agacement, exaspération, etc.,) plus le problème vaut la peine d'être résolu.
- Pour aller plus loin : [Comment rater ses tests en posant les mauvaises questions \(article basé sur l'ouvrage The Mom's Test de Rob Fitzpatrick\)](#)

Étape 3 : Évaluez votre idée !

- Vous pensez avoir identifié un problème et vous imaginez une solution ?
 - Mettez en place un **prototype** minimaliste en peu de jours et recueillez l'avis de ceux qui sont confrontés au problème.
 - Recueillez les réponses aux questions suivantes :
 - Est-ce que ce prototype **répond** à leur problème ?
 - Si oui, est-ce que les clients **achèteraient** un produit correspondant à ce prototype ?
 - Si oui, est-ce qu'ils **vous** l'achèteraient à vous ?
- Pour aller plus loin : [The Lean Startup d'Eric Ries](#)

MA STARTUP
RÉUSSIT



[Le Blog](#)

[Le Podcast](#)