

Le pivot : comment bien s'adapter pour survivre ?

Entre l'idée de projet et la réalisation d'une startup, il n'y a qu'un pas mais aussi beaucoup d'étapes. Certains entrepreneurs peuvent se retrouver face à une difficulté certaine lorsque leur produit est enfin à l'étape de concrétisation. C'est ce qu'on appelle un pivot, c'est à dire que la startup modifie son produit ou le change complètement pour répondre à un besoin nouvellement identifié. Mais comment le réussir quand la startup est déjà en phase de développement ? Comment ne pas se tromper sur le nouveau produit ? Ce sont les questions qui seront abordées dans le livre DECIDEURSTV, qui recevra Alban Peltier, le fondateur d'Antvoice et Roxanne Gaillard, la directrice générale de The Beautyst.

Pivoter au bon moment pour ne pas se tromper

Pour effectuer un pivot, une startup doit le faire au bon moment. S'il est effectué trop tôt, l'idée de base n'aura pas eu le temps de bien démarrer, et si cela n'est pas fait au bon moment, il sera trop tard pour changer de trajectoire. Pour connaître le moment adéquat, il faut notamment prendre en compte sa croissance. Si cette dernière met du temps à décoller, il est alors temps de prendre de nouvelles mesures. L'idée n'est pas de changer complètement son projet originel, mais de trouver un nouveau plan d'attaque, qui peut passer par un nouveau site, une nouvelle stratégie de communication et très souvent par un nouveau business plan.

Avant de s'attaquer à un nouveau marché, il est important de bien identifier sa nouvelle cible et de se poser les bonnes questions : A quoi ce produit répond-t-il ? Combien de temps faudra-t-il pour que le pivot se mette en place ? Quelles sont les éléments à garder ? Autant de questions utiles qui permettront de ne pas faire les mêmes erreurs plusieurs fois.

[quote]A relire : [Le pivot, étape nécessaire pour certaines startups: l'exemple d'Adikteev](#)[/quote]

Criteo : l'exemple même d'un pivot réussi

Avant que Criteo ne devienne l'entreprise qu'elle est aujourd'hui, elle a du pivoter plusieurs fois avant de trouver son modèle idéal. Le spécialiste mondial du « retargeting » était à l'origine un service de recommandation de films, pour devenir ensuite un service de recommandation de produits pour sites marchands, et finalement un service de CPC ad (cost-per-click advertising). Malgré des levées de fonds, l'entreprise n'a pas hésité à changer de business model et de stratégie plusieurs fois, avant de trouver celle qui lui correspondait le mieux.

Aujourd'hui, Criteo est fréquemment citée comme l'entreprise ayant le mieux réussi son « pivot ». Pourtant, ce n'est pas à la suite d'un échec que la startup a décidé de changer de modèle, mais plutôt après des résultats plutôt corrects. Le but était donc de faire décoller l'entreprise et d'apporter de nouveaux clients de manière plus conséquente. Heureusement pour l'équipe de Criteo, le changement a fonctionné et les investisseurs qui l'entourait ont compris et acceptés de les suivre dans leur nouvelle stratégie. Le pivot comprend ainsi de savoir prendre des risques, mais aussi d'avoir du flair.

[quote]D'autres startups comme Scoop.it, Restopolitan, 1001 menus ou encore The Beautyst ont effectué des pivots qui ont été bénéfiques pour leur société.[/quote]

5 conseils pour bien pivoter :

- Trouver le bon timing
- S'entourer d'une bonne équipe qui ne baissera pas les bras au moindre affaiblissement
- Attirer de nouveaux talents dans son équipe
- Ne pas hésiter à s'investir davantage pour réussir sa nouvelle stratégie
- Toujours penser à satisfaire le client avant tout