

Quels sont les critères qui rendent votre startup attractive aux yeux des investisseurs ?

Vous recevez de nombreux emails ? Imaginez maintenant la boîte mail d'un VC... Alors comment réussir à attirer l'oeil des VC et se démarquer ? Quelques indices distillés par Antoine Amiel, fondateur de LearnAssembly.

Temps de lecture : minute

6 septembre 2017

Article initialement publié en avril 2015

"En amorçage, l'équipe est le principal actif d'une startup, c'est donc tout naturellement un des critères auquel nous apportons le plus d'importance dans notre sélection : complémentarité des fondateurs, vision, esprit entrepreneurial... autant de qualités qui permettront à l'équipe de faire évoluer le projet dans le temps", explique Charles Fourault, fondateur de 50Partners.

Les investisseurs vont tout d'abord s'assurer que l'équipe est équilibrée en terme de profils des fondateurs, qu'ils soient business, techniques ou design. Il n'y a pas de recette miracle à priori, mais les canons de beauté des investisseurs sont souvent bien définis, et les fondateurs seuls peinent généralement à lever auprès des VC.

Autre point clé, le profil même des membres de l'équipe : quelles sont leurs expériences antérieures ? Sont-ils des "serial entrepreneurs" ? C'est ce qu'on appelle le "track record". L'expérience antérieure pourra ainsi fournir aux fondateurs une réelle expertise sectorielle qui leur permettra

de faire la différence sur un marché. Le "*fit*" de l'équipe avec l'investisseur est aussi primordial, c'est à dire leur capacité anticipée à la communication, prise de décision commune...

Pas de marché, pas de startup ?

Le second critère que vont regarder les investisseurs pour fixer leur décision est le marché sur lequel évolue la startup. Il est important de démontrer que votre marché est assez large afin que votre société puisse en conquérir une part importante. L'idée est ici d'estimer de manière claire la taille de votre marché cible, et dans un second temps la part du marché cible que vous pouvez réellement adresser : votre marché cible adressable.

Que votre startup cible un marché large ou une niche, vous devez connaître parfaitement ce marché, par exemple son taux de croissance sur les différents segments et la concurrence éventuelle sur celui-ci.

Trop de concurrence tue la concurrence ?

La concurrence sur un marché ou un segment de marché est aussi un élément déterminant qui influe sur la décision d'investissement d'un VC. Il est inutile d'énumérer tous les concurrents, mais pertinent de les qualifier par taille, statut (direct ou indirect), répartition géographique.

Il faut aussi s'intéresser aux équipes des startups concurrentes en analysant le track record des fondateurs, ou encore les montants levés par les concurrents. Afin de parer vos concurrents directs, il est nécessaire de démontrer que votre positionnement est pertinent sur un marché précis, en fonction des acteurs présents.

Les barrières à l'entrée sont également des éléments de contexte ou obstacles sur un marché qui vont rendre l'insertion de nouveaux

concurrents complexes voire impossible. Ces barrières peuvent être technologiques, juridiques ou encore économiques. Une startup qui connaît son marché de manière très fine saura estimer le timing parfait pour lancer son produit sur un marché en tenant compte des barrières éventuelles : son product market fit.

Le produit et les indicateurs

Le produit de la startup n'est pas le premier critère observé par les investisseurs mais il reste un élément déterminant. Pourquoi avoir choisi de créer ce produit ? D'où viennent les fonctionnalités ? Comment sont justifiés les éléments de design ? En fait, le produit est le reflet de la vision et des compétences de l'équipe et chaque élément qui le constitue doit être justifiable.

Les indicateurs (KPI) sont un moyen parmi d'autres d'évaluer la pertinence d'un produit sur un marché donné. La première metric qu'observent les investisseurs et qui synthétise généralement bien la performance des fondateurs est le burn rate, c'est à dire le montant dépensé chaque mois.

Il est primordial d'avoir une visibilité sur les montants déboursés afin de savoir quelle durée de vie potentielle a une startup avant d'atteindre son point d'équilibre. Il permet par ailleurs d'évaluer quelle proportion des dépenses est relative à la poursuite d'objectifs clairs, ces fameux "milestones". Il sera enfin une manière d'évaluer le rapport de l'exécution par rapport au temps, c'est à dire l'efficacité des équipes.

$$\text{Burn Rate } [\$/\text{mo}] = \frac{\text{Milestones}}{\text{Month}} * \frac{\text{Cost}}{\text{Milestone}} = \frac{\text{Speed}}{\text{Efficiency}}$$

Les montants cibles levés

Le dernier point est le montant que souhaite lever la startup, par rapport à son degré de maturité. Il détermine en fait clairement la valorisation de startup, à un temps donné. Il est d'autre part important de déterminer l'usage fait des fonds levés : vont-ils être dépensés par exemple pour financer la croissance ? Ou pour accélérer le développement et l'industrialisation de la partie technique ? Un point à traiter avec beaucoup de recul, d'intelligence, et bien évidemment d'humilité.

Article écrit par Antoine Amiel