

Les 5 étapes à valider avant de commercialiser votre produit

Vous êtes entrepreneur ? Maddyness vous a concocté un véritable kit des différentes étapes à suivre pour créer, faire grandir et même vendre votre startup. Dans cette fiche : quelques conseils pour (enfin) commercialiser votre produit.

Republication d'un article du 23 septembre 2019.

TL;DR – Ce qu'il faut retenir

Étude de marché, cahier des charges, recherche de partenaires... validez votre idée avant de vous enflammer.

Planchez sur une stratégie financière et commerciale, même si vous en changerez rapidement.

Procédez rapidement à la création d'un prototype pour confronter votre idée à la réalité.

Un premier test auprès de testeurs qualifiés vous permettra d'affiner cette stratégie.

Pensez une campagne de promotion pour accompagner votre lancement.

Vérifiez que votre projet est réalisable

Vous pensez avoir trouvé l'idée du siècle ? Félicitations ! Maintenant, il s'agit de vérifier qu'elle soit réalisable. Cela passe par une étude de marché digne de ce nom. Vous pouvez créer le marché, susciter la demande mais c'est toujours plus difficile que de cibler un marché qui existe déjà. Validez donc qu'il existe une demande suffisante pour que votre produit ou votre solution puisse trouver ses utilisateurs - et que cela vous permette à terme d'en vivre.

À lire aussi

[Comment réaliser une étude de marché utile](#)

Il ne s'agit pas seulement de vérifier que votre projet soit viable économiquement. S'il s'agit d'un projet qui inclut une partie hardware, il est essentiel de valider la partie technique avant de vous lancer. Dressez votre cahier des charges et prenez contact avec des partenaires industriels qui pourront à la fois vous indiquer les risques et contraintes inhérents à vos demandes et vous donner une première estimation financière de votre projet.

> Ne vous jetez pas à corps perdu dans un projet avant d'en avoir vérifié la viabilité

Attelez-vous au modèle économique

Tous les investisseurs vous le diront : se projeter rapidement vers une mise sur le marché est une des clés de la réussite des startups. Mais ne mélangez pas vitesse et précipitation. Pensez à ébaucher un (premier) modèle économique et à réfléchir à une véritable stratégie de commercialisation avant d'entamer les démarches pour commercialiser votre produit.

À lire aussi

Comment construire un (bon) business plan ?

Gardez à l'esprit que ces stratégies vont évoluer, probablement plus rapidement que ce que vous pensez. Mais avoir un premier fil conducteur vous permettra non seulement de garder le cap et de ne pas vous perdre aux moindres soubresauts de votre marché mais aussi de trouver de premiers échos auprès de structures d'accompagnement et d'investisseurs. Ces derniers accepteront plus facilement que vous changiez de stratégie que le fait que vous n'en ayez aucune.

> Ayez en tête une stratégie à cinq ans... même si vous en changez dans six mois

Réalisez un premier prototype

C'est l'étape où vos rêves vont se confronter à la réalité ! Si vous avez imaginé une Tesla et que vous vous retrouvez avec une Twingo, il est peut-être temps de revoir votre stratégie. De la même manière, si votre plateforme « façon Airbnb » ressemble à MSN première version, il va probablement falloir pivoter. Appelé proof of concept, V1 ou minimum viable product, ce prototype doit être l'occasion de redéfinir votre cahier des charges, (in)valider vos pré-requis et adapter votre stratégie de commercialisation en conséquence. C'est le moment de faire des compromis : peut-être que certaines des fonctionnalités que vous imaginiez dès la V1 peuvent être repoussées ? Ce design impeccable auquel vous songiez peut être repoussé de quelques mois ? Pensez bien qu'après le début de la commercialisation, vous aurez davantage de moyens à consacrer à certains pans de votre projet - et des retours d'utilisateurs pour l'adapter.

> Gardez en tête que ce prototype doit servir à lancer la commercialisation à court terme, pas (encore) à vous transformer en géant

Testez votre prototype auprès d'un panel réduit d'utilisateurs

Une fois votre prototype créé, c'est le moment tant redouté : le faire tester par un panel d'utilisateurs. Et on ne parle pas de papa-maman ou de votre ami d'enfance qui ne sait pas vous dire non. Rappelez-vous pourquoi vous faites tester votre produit : pour vous faire tresser des lauriers ou pour permettre à votre projet d'avancer ? À moins que votre ego ne demande impérativement à être nourri - et, dans ce cas, vous ne vous êtes pas lancé dans le bon projet - la deuxième réponse est la bonne. Choisissez donc consciencieusement vos testeurs : non seulement des gens représentatifs de votre cible (âge, genre, habitudes de vie...) mais qui n'hésiteront pas non plus à vous faire des retours honnêtes et documentés. Ce sont ces commentaires qui vous permettront d'affiner votre produit. Pensez à ProductHunt, plateforme idéale pour lancer sa solution !

À lire aussi

[Comment générer des leads sur ProductHunt](#)

> Choisissez un panel de testeurs suffisamment large pour bénéficier de retours nombreux et fournis - mais rappelez-vous de cibler des utilisateurs pertinents !

Préparez (bien) le lancement commercial

Qui dit lancement commercial dit création de société. Penchez-vous sérieusement sur cette étape administrative afin de ne pas être coincé dans une forme qui ne vous conviendrait finalement pas.

À lire aussi

Quelles démarches effectuer pour créer votre entreprise ?

À lire aussi

Comment choisir la forme sociale de son entreprise

À vous ensuite d'imaginer une stratégie marketing pertinente pour faire adopter votre produit ou service par les utilisateurs que vous ciblez. Campagne de crowdfunding, salons, campagne de promotion... À vous de jouer !

> Adaptez la promotion de votre lancement à la cible que vous visez

Sources :

Les 5 étapes incontournables pour passer de l'idée à la commercialisation,
sur Maddyne

Tester, vérifier, se renseigner : ce que vous devez faire avant de créer votre entreprise,
sur Maddyne