



LIVRE BLANC

COMMENT PENSER ET AGIR DIFFÉREMMENT POUR INVENTER LES BUSINESS DE DEMAIN ?



Silicon-Valley.fr
INSPIRATION & INNOVATION

PRÉAMBULE

ROMAIN BUCHÉ | Dirigeant de Silicon-Valley.fr



Après avoir dirigé le marketing et l'animation de réseaux de distribution, Romain a créé, repris et investi dans des sociétés digitales, dont notamment 2 réseaux de franchise d'agences web. En parallèle, il fait découvrir l'écosystème de la Silicon Valley à des dirigeants (500 en 3 ans) et il compte une vingtaine de voyages en immersion sur la même période.

L'objectif des sociétés qu'il dirige est simple : accompagner les entreprises dans leur innovation et digitalisation afin de développer et pérenniser leur activité.

Inspiration et innovation ! Deux maîtres mots qui ont guidé mon premier périple dans la Silicon Valley avec mes associés. Je gère plusieurs sociétés en France dans le domaine du digital b2b et il était devenu important pour nous, pour moi, d'aller rencontrer ceux qui font le monde de demain. Nous avons vécu une semaine extraordinaire riche d'idées, de rencontres et de partages.

Après avoir connu le succès, les entrepreneurs de la Silicon Valley ont à cœur de rendre à la communauté les bénéfices qu'ils ont reçus, qu'ils soient d'ailleurs immatériels, matériels voire financiers. Les effets de mes enseignements de ce voyage et les demandes incessantes d'ami(e)s dirigeant(e)s ont fait que nous avons lancé Silicon-Valley.fr, une société qui organise des learning expedition, voyage professionnel en immersion, à San Francisco.

Quelque soit le secteur d'activité sur lequel vous êtes, nous sommes tous confrontés à deux problématiques récurrentes et persistantes : des marchés qui vont de plus en plus vite et une concurrence de plus en plus forte. Les frontières économiques disparaissent et l'ubérisation se développe fortement. La solution pour se préparer à tout cela est d'innover et la learning expedition est un fort levier d'inspiration.

Nous avons choisi de faire découvrir l'écosystème de la Silicon Valley car elle est pour moi : la capitale du digital (plus de 20 000 entreprises dans la tech), la capitale de l'entrepreneuriat (dans le top 20 des puissances mondiales) et la capitale de l'innovation (15% des investissements mondiaux).

Notre formule se distingue des rares prestataires sur deux points principaux : un voyage francophone et convivial. Ce voyage s'articule autour de rencontres entrepreneuriales, de visites de lieux tendances et innovants et enfin de formation. Il a pour objectif de vous donner une nouvelle vision de l'entrepreneuriat et de challenger vos stratégies futures.

À la fin du périple, je pose 3 questions aux participants : Quels ont été pour toi (on se tutoie tous dans la Silicon Valley) les effets WOW de la semaine ? Qu'as-tu appris ? Que vas-tu mettre en place dans ta société ?

Ce livre blanc s'appuie sur les réponses de ces dirigeants qui sont venus avec nous de l'autre côté de l'Atlantique (et même des États-Unis) et non sur notre seule vision et interprétation.

En 3 ans, j'ai eu l'opportunité d'animer plus de 25 sessions auprès de 500 dirigeants, et le constat est toujours le même : la Silicon Valley dispose d'un état d'esprit unique au monde et de méthodologies qui ont fait leurs preuves.

Tous les Français implantés à San Francisco (ou en tout cas, à minima, une forte majorité) sont venus en Silicon Valley pour jouer la ligue des champions des entrepreneurs. Ils ont très souvent eu des succès retentissants en France et souhaitaient se confronter à un nouveau challenge : un projet mondial au cœur de la capitale du digital. Dans toutes les sociétés rencontrées règnent le crédo que tout est possible et qu'ils vont tous changer le monde. Tout va très vite, succès comme échecs (vu de façon très positive), dans un environnement favorisant le partage et qui a un seul objectif : la satisfaction client.

Agilité, pivot, disruption, scalabilité, all hands meeting sont autant de méthodologies et règles que nos amis dirigeants de la Silicon Valley respectent scrupuleusement, tout en s'étant formé à l'art du pitch et du storytelling. Quelque soit leur marché, ils intègrent tous les dernières technologies (Intelligence Artificielle, objets connectés, big data...) dans leur produit et/ou service. Ils s'attachent enfin et également à suivre des « petites » règles qui leur permettent d'être réactif et rapide : « be on time », répondre à chaque email le jour même, email avec un maximum de 7 lignes, pas plus de 30 mn de réunion, « think big » ou encore « good karma ».

Je ne peux que vous « inviter » à participer à l'une de nos sessions afin de : Découvrir (des nouvelles tendances, des pratiques innovantes, des modes d'organisation, des méthodes de management...), Réfléchir (pour être bousculé, avoir une prise de conscience, rencontrer, échanger...), Construire (une nouvelle vision, des idées nouvelles, établir une stratégie disruptive, créer des changements positifs...) et enfin Agir (de retour après le voyage).

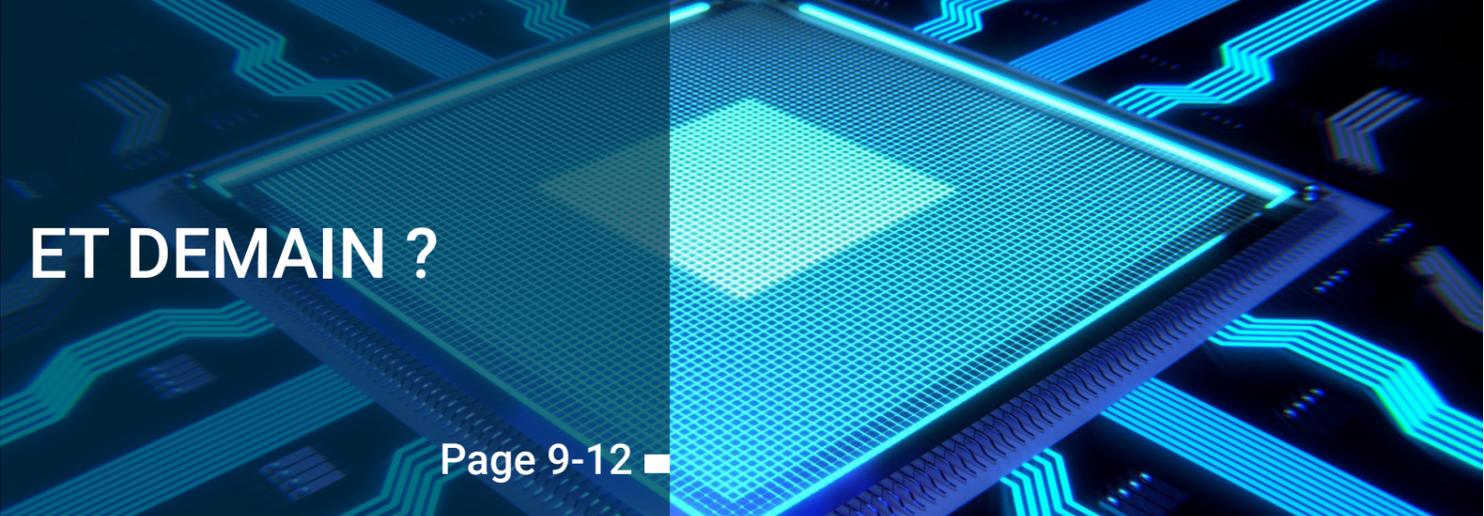
Venez seul(e), ou accompagné(e) de votre conjoint(e) ou associé(s), pour anticiper les mutations de votre marché. Si vous ne le faites pas pour vous, faites-le pour votre entreprise, vos clients et collaborateurs.

Romain BUCHÉ

SOMMAIRE

ET DEMAIN ?

Page 9-12



AVOIR LE BON ÉTAT D'ESPRIT

Page 1-2



SILICON-VALLEY.FR

Page 13-14



L'AGILITÉ MÉTHODIQUE

Page 3-6



L'INTERVIEW SILICON-VALLEY.FR

Page 15-16



LES 4 RÈGLES DU SUCCÈS EN SILICON VALLEY

Page 7-8



LA SILICON VALLEY, QU'EST-CE QUE C'EST ?

Page 17-20



Avoir le bon état d'esprit

Comment penser et agir différemment pour inventer les Business de demain ?

L'IMPORTANCE DE L'HUMAIN

Vivant dans un monde où le digital est devenu roi, où l'intelligence artificielle ne fait que croître et dépasser de nouveaux caps dans ses capacités. Il est facile de croire que l'homme n'a et ne va plus avoir sa place dans l'entreprise.

Cependant, il faut comprendre que l'homme prime sur l'idée, une philosophie appliquée en Silicon Valley. C'est d'ailleurs l'un des grands étonnements de nos participants en revenant en France : Comprendre que même en Silicon Valley la force motrice d'une entreprise ne vient pas que du produit ou des projets qui la composent. Mais aussi des hommes à son origine et ceux qui la développent et la soutiennent au quotidien.

D'ailleurs, il n'est pas rare que les Venture Capitalists (investisseurs en capital-risque) préfèrent investir dans une entreprise qui a une équipe soudée et performante avec un produit ordinaire plutôt qu'une entreprise qui a une équipe mal organisée et divisée avec un produit innovant et prometteur. Ils savent par expérience que les hommes au cœur du projet ont plus de potentiel que le produit ou le service. Mais également que sans individu pour soutenir, porter et croire au projet, l'entreprise n'a que peu de chances de réussir. Il faut prendre en compte que rien n'est impossible et qu'avec une entreprise ou une idée, quelques personnes peuvent changer le monde et notre façon de vivre.

Pour preuve de cela, les réseaux sociaux ou encore plus récemment avec des sociétés comme Uber et Airbnb qui ont disrupté le marché avec des modèles économiques innovants. Toutefois il faut reconnaître que l'échec est une possibilité mais aussi une opportunité. Nous ne sommes pas des machines ou des IA programmées pour une tâche à effectuer parfaitement. De la même manière que les ingénieurs et développeurs mettent en place un système de Machine Learning à des IA, il faut se servir des échecs comme d'une source d'expérience positive.

Dans la Silicon Valley lors d'un recrutement d'un directeur général, les recruteurs recherchent des candidats qui ont déjà échoué par le passé. Une valeur a même été établie et estimée à 3.4 échecs entrepreneuriaux pour constituer le candidat idéal. Bien évidemment cela n'est pas la seule condition mais il s'agit d'un facteur important lors de la phase de recrutement.

La perception de l'échec n'est pas la même en France qu'aux États-Unis, elle n'est pas vécue comme obligatoirement négative. On parle même de culture de l'échec pour démontrer que l'échec est une source d'apprentissage et permet de ne pas ou plus commettre certaines erreurs. Entretenir cette culture permet de s'adapter plus facilement à toutes sortes de situations. À travers l'acceptation de l'échec, on entend reconnaître que l'on s'est trompé pour rebondir plus rapidement.

L'IMPORTANCE DE CLIENT

Avoir le bon état d'esprit passe aussi par un changement dans la considération du client et de la clientèle. Il faut mettre le client au centre de son business. C'est lui qui va presque tout vous apporter pour développer et améliorer au mieux votre business. Être à l'écoute et en demande constante de retours client est primordiale pour la relation client.

L'insatisfaction de votre client est une source d'information. Ainsi comprendre pourquoi un client est mécontent permet de retracer un parcours client et d'en étudier les raisons pour s'améliorer. Chaque client est potentiellement un commercial pour votre entreprise, on parle souvent d'un ambassadeur de la marque ou de l'entreprise. Il peut ainsi faire ou défaire votre réputation, donc impacter lourdement votre activité. Voilà pourquoi l'état d'esprit vis-à-vis de ses clients est important.

“Accepter ses échecs et s'en servir.”

Dans la même veine que la partie sur l'homme, le client est à la recherche d'un service qui lui convient le mieux, à vous de créer votre relation, votre univers avec lui et de ne pas le mettre de côté dans le développement de votre projet. La vente et plus particulièrement celle de service est avant tout sociale. S'efforcer de créer un univers unique est essentiel, quatre piliers sont généralement acceptés : **Le design, le service, la fluidité, l'exécution.**

L'Agilité Méthodique

Comment penser et agir différemment pour inventer les Business de demain ?

wework



DEUX MÉTHODES AGILES

On va retrouver deux méthodes, deux concepts pour démarrer une activité. Le **Lean Startup** et l'**Effectuation**. Même si ces deux méthodes sont plus dédiées à la création d'une startup, il n'est pas inintéressant de comprendre leurs fonctionnements pour s'inspirer et innover de méthodes efficaces pour sa propre entreprise.

LE LEAN STARTUP

Commençons par le Lean Startup. Cette méthode pour le démarrage d'une activité a été inventée par Eric RIES, un entrepreneur américain. Le Lean Startup a été introduit en 2008 des suites d'observations de la philosophie d'entreprises de la Tech en Silicon Valley. On pourrait traduire le mot Lean par *maigre* ou *dégraissé*, ce principe réside dans l'idée d'étudier au mieux le marché en amont d'un lancement du projet. On va rechercher à savoir si son idée, son offre, son concept est viable sur le marché. Pour ce qui est de définir la validité du concept, il faut :

- **Tester**, on va tester son concept sur une petite population et en tirer un maximum de données.
- **Mesurer**, on va collecter l'ensemble des données, les traduire, puis mesurer les résultats
- **Juger**, avec les résultats des tests, il faut prendre une décision pour valider ou invalider son concept.

Si l'on décide de valider le concept, il ne faut pas hésiter à multiplier les expérimentations pour obtenir le plus de retours afin d'améliorer son idée. On parle de design itératif. Avec un prototype, une phase de test, une analyse des tests et une amélioration de son offre et répéter l'action en recréant un prototype et ainsi de suite.

Le but est d'optimiser ses résultats pour obtenir le meilleur retour sur investissement. Comme nous l'avons vu, les retours clients sont très importants pour votre projet. Un développement par la clientèle en Lean Startup est à effectuer, pour cela quelques conseils :

- **Trouver un marché pour un produit.** Ne pas répondre par de nombreuses fonctionnalités pour un ensemble de clients mais un minimum de fonctionnalités pour avoir des premiers clients.
- **Sortez de chez vous.** L'échec est le plus souvent dû à un manque de clients et non à cause de la technologie. Se créer un réseau, aller à la rencontre de prospects ou d'anciens clients est fondamental.
- **La théorie des types de marché.** Avec trois principaux types d'entrée sur le marché. La création d'un nouveau marché. Une commercialisation sur un marché déjà présent. Une nouvelle segmentation sur un marché déjà existant.
- **Apprentissage par itération.** La développement de votre entreprise et de votre produit vont vous permettre d'avoir un historique et donc d'apprendre de votre passé pour construire votre futur.

Trois maîtres mots sont à retenir; **Construire, Mesurer et Apprendre.**

L'EFFECTUATION

La pensée générale tant à supposer que les entrepreneurs sont tous des super-héros avec des centaines d'idées à la seconde. Des créateurs capables de gérer de grands groupes en solo. En somme, que cela n'est accessible qu'à une poignée d'hommes.

Vous ne vous sentez pas l'âme d'un super-héros de l'entrepreneuriat ? Les principes de création d'entreprise de l'effectuation ont été établies pour comprendre la réussite de ces entrepreneurs. Donc de permettre à tous de réussir avec son entreprise.

Pour cela 5 grands principes :

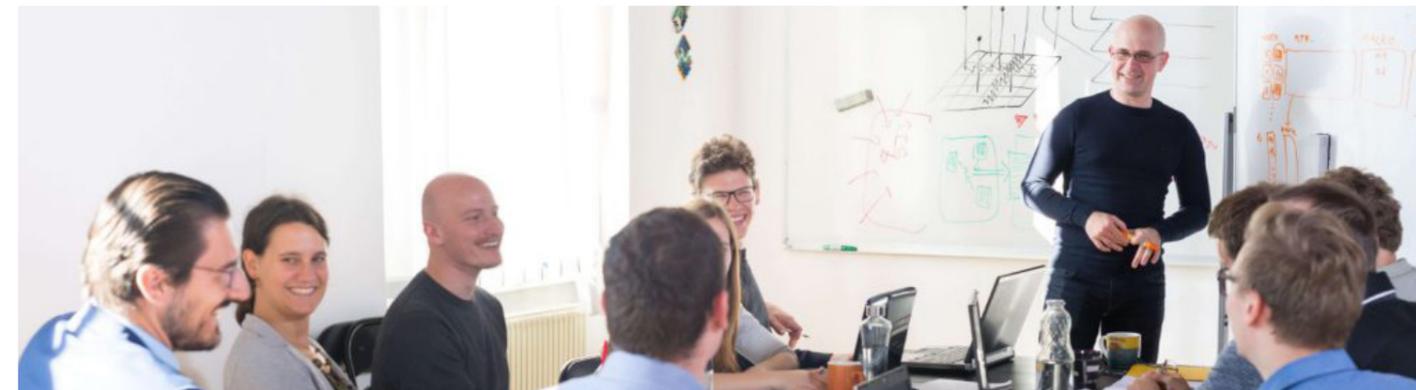
- **Démarrez avec ce que vous avez.** Dans de nombreux modèles de création d'entreprise, on a une démarche très planifiée. Cependant l'observation des success story montre rarement cela à la genèse des projets. Donc démarrez avec ce que vous avez.
- **La perte acceptable.** Il faut éviter de raisonner en gain attendu mais plus en perte acceptable. En effet au commencement d'un projet, il est plus simple d'évaluer les coûts que les revenus. Donc définir une perte acceptable.

- **Le patchwork fou.** Dans la majorité des cas, l'entrepreneuriat ne va pas ressembler à une suite logique d'actions, il y a toujours des imprévus et autres phénomènes non attendus. L'entrepreneur va alors ajouter pièce par pièce des éléments qui constitueront son projet. La vie entrepreneuriale n'est jamais linéaire, la prévision ne fait pas tout.

- **Tirer parti des surprises.** La préparation en amont de son entreprise ne va pas permettre de tout résoudre. Le BM, BP et autres sont juste des indicateurs, des feuilles de route pour se donner un axe de direction à suivre et sont susceptibles d'être modifiables. Chaque action non prévue doit être vue comme une expérience dont on doit tirer un enseignement.

- **Rien n'est inéluctable.** Ce n'est pas parce qu'un marché est sur le déclin qu'on ne peut pas réussir sur ce secteur d'activité. Donc rien n'est écrit à l'avance.

En suivant les recherches que regroupe l'effectuation on va retenir une phrase : Se lancer, c'est tout !



SAVOIR MANAGER

L'IMPORTANCE DU RÔLE DE MANAGERS

Quelques conseils pour améliorer son management :

Sélectionner les meilleurs talents. S'entourer de collaborateurs performants va permettre de réduire les erreurs du quotidien et également vous libérer plus de temps (moins de temps d'explication, de formation, des échanges plus simples ...)

Avoir une vraie vision et être capable de l'incarner. Il existe plusieurs types de management des équipes, vous devez alors vous positionner avec une vision claire de vos objectifs et être dans la capacité d'incarner votre management. Pour cela vous devez communiquer votre vision à vos collaborateurs, lui donner du sens et de l'émotion pour que l'ensemble de vos équipes y adhèrent.

Faire du Push management. Vous devez être en permanence au contact de vos équipes et leur expliquer pourquoi ce qu'elles font est important.

COMMENT BIEN MANAGER SON ENTREPRISE OU SON PROJET

Les points que nous allons voir sont tirés de la réflexion et l'étude de plusieurs entreprises en Silicon Valley. Vous pouvez donc vous en inspirer pour améliorer votre management d'équipe. Avoir un niveau de réflexions en trois temps :

- **Le présent.** Poser sa réflexion sur la gestion du ou des problèmes pour les résoudre au mieux, le plus rapidement possible.

- **Une vision à 18 mois.** Estimer son projet à 18 mois pour prévoir ce qu'il deviendra. Pourquoi 18 mois ? À cause de la loi de Moore. Cette loi définit la progression de la puissance des processeurs et donc des ordinateurs. On estime à 18 mois pour que la puissance des processeurs soit multipliée par deux. Derrière cela, on a une idée du cycle de vie de son projet. S'il reste parfaitement figé, il sera très vite obsolète sur le marché.

- **Une vision à 10 ans.** Cela va être une projection de la vision de l'entreprise que l'on souhaite obtenir dans plusieurs années.

Effectuer des réunions fréquentes et efficaces avec les collaborateurs/partenaires. Là aussi un triptyque avec :

- **Des Standup Meeting :** Ces réunions sont à organiser quotidiennement et elles sont assez rapides. On va faire le point sur ce qui a été fait depuis hier et ce qui va être fait. On va aussi échanger sur les possibles points de blocages.

- **Des Weekly Meeting :** Ces réunions sont à organiser hebdomadairement. Elles vont regrouper l'ensemble de l'équipe à manager et manière physique si possible. Le but, faire un point sur les avancements des projets de la semaine pour que l'ensemble des collaborateurs puissent échanger et être au courant des avancements.

- **Des Product Planning :** Ces réunions sont à organiser bi-mensuellement. Pour permettre entre autres de définir ou redéfinir les fonctionnalités du produit ou du service.

Les réunions en Silicon Valley ne dépassent jamais les 30 minutes et on va rechercher, là aussi, un maximum de feedback.



Les 4 règles du succès en Silicon Valley

Comment penser et agir différemment pour inventer les Business de demain ?

1- LA DISRUPTION

Pourquoi chercher à faire mieux si on peut faire quelque chose de nouveau, il faut casser les codes. C'est principalement ce que recherchent les Ventures Capitalists (investisseurs en capital-risque). Depuis quelques années se sont principalement deux entreprises qui se sont illustrées via ce procédé de disruption, Airbnb et Uber. Le premier avec la location de logements de particuliers en disruption avec les hôtels. Le second qui permet pour sa partie transport de mettre en contact des utilisateurs avec des conducteurs en disruption avec les taxis et autres services de transport.

2- ÊTRE FOCUS

Être focus, c'est l'idée de se concentrer sur un besoin et sur son projet jusqu'à en devenir un référent sur le marché (souvent un marché de niche). Seulement après être devenu un référent, on va pouvoir développer son business sur d'autres aspects ou plus simplement décliner son produit qui fait référence. Pour donner un exemple de cela. Si je crée une société et un produit qui est un stylo rouge, je dois devenir le référent, le leader du marché des stylos rouges avant de me diversifier sur d'autres stylos ou d'autres produits.

3- UNE VISION DU MARCHÉ GLOBAL

En Silicon Valley, on ne recherche pas à construire ou s'adapter à une région (le marché français, le marché américain...) mais ils visent le marché mondial. Les adaptations à chaque région se feront plus ou moins naturellement avec le temps et le développement du projet. On parle d'un business sans frontières, et selon cette philosophie tout business se doit d'être mondial.

4- LA SCALABILITÉ

De nombreuses start-ups en Silicon Valley adoptent un modèle dit scalable. Ces start-ups recherchent un mode de fonctionnement idéal pour pallier une croissance fulgurante de leur activité. Pour cela on va passer par une réduction des charges variables avec l'évolution de son business et une automatisation des processus. Si on reprend l'exemple d'Airbnb avec une disruption de l'hôtellerie classiques. Le personnel des hôtels (agents d'entretien, cuisiniers, réceptionnistes ...) augmente proportionnellement avec le nombre de chambres et le nombre d'hôtels de la société.

Alors qu'Airbnb n'a pas besoin de nombreux développeurs en plus s'il y a une augmentation des ventes, car il y a une automatisation des tâches qui est effectuée ainsi qu'un modèle unique qui disrupte le marché. Cela permet de beaucoup plus facilement gérer les montées en charge d'une entreprise.

Et demain ?

Comment penser et agir différemment pour inventer les Business de demain ?

LA DATA, LE NOUVEAU PÉTROLE

Nos données seraient-elles le nouvel or noir ? Il faut le penser. Les entreprises collectent de plus en plus de données et les classifient de plus en plus facilement avec les CRM (Customer Relationship Manager) mais aussi avec les DMP (Data Management Platform). Le but est de faire émerger de nouveaux business grâce aux informations récoltées mais également de prédire les comportements et les usages de demain. Ces données sont alors précieusement conservées par les entreprises. Une preuve de l'importance de la data aujourd'hui ? La réglementation RGPD. Cette réglementation a été mise en place pour freiner cette quête de la data de la même manière que la ruée vers l'or à une époque plus lointaine.

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Encore aujourd'hui, la définition de l'intelligence artificielle ne fait pas un consensus dans le monde scientifique. Notamment par le fait que les domaines d'application sont très larges. Mais deux principales idées ressortent. Premièrement, qu'il s'agit d'un programme informatique complexe. Et deuxièmement, que le but est d'avoir des traits ou des capacités similaires à l'intelligence humaine (raisonnement, apprentissage et même pourquoi pas les émotions). On peut alors la définir en une simple phrase : *l'intelligence artificielle est un système informatique complexe susceptible ou capable de simuler une ou plusieurs fonctions liées à l'intelligence humaine.*

Si l'on reprend notre partie sur la data, on comprend que pour un traitement des données très rapide et le plus efficace possible, l'intelligence artificielle semble et est une solution appropriée. Au-delà du traitement des données, elle permet une relation client 24h sur 24 et 7 jours sur 7 et cela dans autant de langues que l'on souhaite tant que la traduction a été faite préalablement.

Par ces simples arguments sur un seul domaine d'application, on prend la pleine mesure de la force de l'intelligence artificielle d'aujourd'hui et encore plus celle de demain. L'intelligence artificielle est une thématique que nous connaissons bien et que nous abordons très largement pendant nos Learning Expeditions.

LA PEUR DE LA MORT

La peur de la mort de l'entreprise est présente même dans les plus grandes entreprises pour exemple, Facebook et Google. Deux entreprises que nous rencontrons pendant nos séjours.

Facebook :

Le siège social de Facebook est situé Menlo Park en Silicon Valley. À l'entrée de l'entreprise, comme pour de nombreuses entreprises, on retrouve l'enseigne de la marque. Mais cette enseigne a une particularité, c'est son verso. En effet à son verso on peut y voir le logo de l'ancienne entreprise qui disposait des actuels locaux de Facebook, Sun Microsystems. Ce nom ne vous dit peut-être rien, toutefois il s'agissait d'une des grandes sociétés de l'électronique des années 1990.

Mais avec l'éclatement de la bulle d'internet dans le début des années 2000, l'entreprise fit plusieurs trimestres de perte ce qui a considérablement affaibli l'entreprise. Elle fut rachetée par Oracle en 2009 et la société a complètement disparu au début des années 2010. Pourquoi garder le logo au verso de l'enseigne ? Pour montrer à tous et principalement aux employés de Facebook que la place de leader n'est pas acquise pour l'éternité et que si l'on veut réussir dans la durée, il ne faut pas avoir peur du changement et de se renouveler.

Google :

Tout comme l'exemple de Facebook avec son enseigne, Google signale la présence de la peur de la mort via le T-rex placé à l'entrée des locaux du GooglePlex, le siège social de Google à Mountain View. La société qui avait le terrain du GooglePlex était Silicon Graphics (SGI). Cette société avait vraisemblablement participé à la réalisation du film Jurassic Park. Le T-rex serait également une représentation de la mort des entreprises et que la place de leader n'est pas acquise ad vitam aeternam. Le T-rex a pour nom Stan, on le retrouve d'ailleurs sur Google Chrome quand vous voulez vous connecter mais que vous ne disposez pas de connexion internet.



SAVOIR SE VENDRE ET FAIRE PIVOTER SON ENTREPRISE

LES PITCHS EN TROIS FORMATS

Les pitchs permettent de présenter son projet en un minimum de temps, cela va vous permettre d'expliquer votre projet à n'importe qui, n'importe quand. Vous permettant de faire face à des situations inattendues Pour savoir se vendre, on va retenir trois formes de pitchs. (Une de nos formations pendant nos Learning Expedition)

- **Elevator pitch** (30 à 60 secondes). L'idée de savoir présenter son entreprise ou son projet en quelques secondes dans un ascenseur par exemple, d'où le nom de Elevator pitch.
- **Tweet pitch** (140 caractères). L'idée de reprendre la fonctionnalité d'écrire un message de 140 caractères maximum comme l'ancienne version de Twitter (aujourd'hui 280 caractères.)
- **Présentation pitch** (15 à 30 minutes). Présentation devant une assemblée, une manifestation, un événement pour donner tous les tenants et aboutissants de son projet ou de son entreprise.

LE STORYTELLING

Le storytelling est le fait de raconter une histoire pour mieux vendre son offre. Le plus généralement c'est l'histoire de son entreprise de sa genèse à aujourd'hui qui est racontée pour montrer les particularités de l'entreprise et bien évidemment pour créer un lien et des émotions. On va alors raconter le passé, les valeurs, les moments clés et les produits mythiques de l'entreprise.

Tout cela pour convaincre et persuader les prospects et les clients d'acheter son produit plutôt qu'un autre. Le storytelling est très répandu aux États-Unis et un peu moins présent et perçu en France.

SAVOIR FAIRE PIVOTER SON ENTREPRISE

En reprenant l'idée de *Fail but fail fast*. Il ne faut pas hésiter à rebondir si le marché est finalement trop restreint. Pour cela vous pouvez utiliser les techniques de Lean Startup et les principes de l'effectuation pour vous lancer dans un nouveau projet. Il ne faut pas avoir peur du changement au sein de l'entreprise. Si finalement vous vous apercevez que votre concept n'a pas de réel avenir autant créer quelque chose de nouveau ou de modifier son modèle économique ou son offre. Un exemple concret de cela ?

L'entreprise Criteo. En 2005, trois Français décident de créer Criteo. Sa première offre était un site de recommandation de films. S'apercevant que le marché était restreint, ils décident en 2006 d'étendre les recommandations pour les produits des sites marchands, puis en 2008 ils se lancent dans la publicité sur internet. Aujourd'hui Criteo est une société cotée au NASDAQ (National Association of Securities Dealers Automated Quotations) le deuxième plus important marché aux actions des États-Unis.



“FAIL, BUT
FAIL FAST”

Silicon-Valley.fr



Silicon-Valley.fr

INSPIRATION & INNOVATION

SILICON-VALLEY.FR

Créée en 2013 Silicon-Valley.fr a réalisé plus d'une trentaine de sessions accompagnant près de 500 dirigeants et entrepreneurs dans la vallée californienne.

Partez en immersion totale à la découverte d'un écosystème innovant avec d'autres dirigeants français ayant un objectif commun : s'inspirer et s'enrichir d'une nouvelle vision de l'entreprise.

Cette Learning Expedition est une expérience humaine riche et inédite. Elle permet de challenger ses prérequis, réfléchir et être « bousculés ».

En plus de bénéficier d'échanges avec des entrepreneurs français implantés aux États-Unis, vous découvrirez aussi les tendances de demain au travers de concept stores, incubateurs et espaces de coworking tous plus étonnants les uns que les autres.

EXEMPLE DE PROGRAMME EN SILICON VALLEY

DIMANCHE	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENREDI
Arrivée	Journée découverte	Journée dans la Silicon Valley	Journée Startup	Formation et projets	Journée débrief
	Présentation de la Silicon Valley	Rencontre avec un incubateur ou accélérateur PLUGANDPLAY	Rencontre avec un investisseur ANDREESSEN HOROWITZ	Formation Pitch Comment structurer son «elevator pitch» ?	Débriefing général Synthèse sur la semaine et sur les méthodes de la Silicon Valley
Arrivée	Déjeuner	Déjeuner	Déjeuner	Déjeuner	Départ
Temps libre	Rencontre entrepreneuriale	Visite d'un géant de la Silicon Valley Google	Rencontre entrepreneuriale	Visite touristique	
Cocktail d'accueil	Visite des Concept Stores	Stanford University	Rencontre entrepreneuriale		
Briefing	Débriefing	Débriefing	Débriefing	Débriefing	
Dîner	Soirée networking	Soirée libre	Dîner	Soirée libre	

[NOUS CONTACTER](#)

Nous proposons également des Learning Expeditions à New York, celle que l'on nomme la Silicon Alley. New York concurrence aujourd'hui la Californie, même si ces deux centres d'innovation ont plutôt vocation à devenir complémentaires.

La Silicon Alley se distingue des autres hubs technologiques par sa taille, sa diversité et son statut de centre mondial de la finance, des médias, de la publicité et de la mode. Big Apple est dynamique, attractive et compétitive, c'est également « The place to be » en matière de création.

POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS

NOS RÉSEAUX SOCIAUX

www.silicon-valley.fr



L'interview Silicon-Valley.fr

Pour cette interview nous avons posé quelques questions à **Christophe BOISSELIER** cofondateur de la start-up rennaise **Frigo Magic**. Frigo Magic est une application disponible sur l'App Store ainsi que sur Google Play. Comme son nom peut l'indiquer, l'application permet de préparer des plats avec ce qu'il vous reste dans votre réfrigérateur.

Frigo Magic dispose de plus d'un millier de recettes pour vous aider à réaliser un plat avec ce qu'il vous reste. L'application est entièrement gratuite et permet ainsi de limiter le gaspillage, réaliser des économies, apprendre à cuisiner et bien sûr gagner du temps.

Christophe a participé à une Learning Expedition en Silicon Valley avec nous. Voici l'interview de Christophe par Silicon-Valley.fr

L'INTERVIEW SILICON-VALLEY.FR DE CHRISTOPHE BOISSELIER



Qu'as-tu aimé dans l'état d'esprit de la Silicon Valley ?

“ Principalement l'énergie et la disponibilité des différentes personnes qui ont pu nous recevoir. Car je le sais, en tant que dirigeant le temps est une ressource importante.

Ils ont sûrement tous des emplois du temps surchargés mais ils sont restés pour échanger avec nous. On n'a pas ressenti que les intervenants étaient là car vous leur aviez demandé. On a senti beaucoup d'ouverture, le partage était bien présent.

Et puis je dirais aussi toute l'ambiance autour, avec vous et les autres participants. On reste à taille humaine, on n'est pas 200, c'était une belle ambiance ! ”



Qu'est-ce qui t'as le plus marqué ?

“ Cela va rejoindre un peu ma première réponse. Essentiellement, les dirigeants et cadres des entreprises qui prennent le temps pour les autres mais également pour le réseau. Pour partager leurs expériences de chef d'entreprise. ”



Qu'est-ce que tu en as retiré et qu'as-tu appris pendant ce séjour ?

“ Nous c'était la phrase « échouer mais échouer vite ». Parce que ce n'est pas du tout la mentalité européenne, nous on traîne. On a aussi appris la logique d'efficacité et de vitesse dans la réussite ou dans l'échec.

Un autre point, ça a été l'adaptation de notre pitch. Pour améliorer l'efficacité de la présentation de l'entreprise ça nous a fait mettre en place la levée de fond pour embaucher et aller plus vite. ”



Quels sont les outils ou les méthodes que as-tu mis en place à court terme, c'est-à-dire juste après la learning expedition, puis à long terme ?

“ Comme je le disais, le pitch, la levée de fond. Ah oui et aussi les one to one. On était en train d'en faire un. Un peu plus car maintenant on est quand même huit. En plus, on va bientôt déménager.

On a trouvé de nouveaux locaux plus grands avec une cuisine et un jardin. On quitte nos locaux, ça nous fera un environnement un peu plus start-up, plus grand. ”



Christophe BOISSELIER
Co-fondateur de Frigo Magic

Pour retrouver Frigo Magic :



La Silicon Valley, qu'est-ce que c'est ?

Depuis 2013, nous organisons des Learning Expeditions en Silicon Valley. Pour beaucoup, ce nom évoque les grandes entreprises du digital comme peuvent l'être Google ou encore Apple. Cependant ce nom reconnu est paradoxalement méconnu de tous. Quelles sont ses origines, où est-elle située, quelles sont les données de cette région unique au monde. Tels sont les questions auxquelles nous allons répondre pour vous convaincre de partir avec nous en Silicon Valley découvrir des méthodes innovantes et une nouvelle vision de l'entrepreneuriat made in Silicon Valley.

LES ORIGINES D'UNE RÉGION

Preuve du changement constant et de l'efficacité de l'écosystème de la Silicon Valley, cette région n'est même pas centenaire et pourtant elle est l'une des places fortes de l'économie mondiale. Même pas centenaire car à la fin du XIX^{ème} siècle, cette région était exploitée pour ses terres, principalement avec l'élevage et la production fruitière. Pour trouver les fondements de l'empire économique que représente la Silicon Valley aujourd'hui, il nous faut remonter en 1938. Deux étudiants de l'université de Stanford, William Hewlett et David Packard fondent l'entreprise Hewlett Packard, HP. Comme de nombreuses histoires entrepreneuriales en Silicon Valley, le premier local de l'entreprise est un garage. Hewlett Packard devient la première entreprise de la tech dans la vallée californienne. Nous avons d'ailleurs visité le siège social actuel d'HP à Palo Alto lors d'une de nos Learning Expeditions. C'est essentiellement après la seconde guerre mondiale que les entreprises de la Silicon Valley connaissent un véritable essor avec l'utilisation du Silicium dans les composants électriques, ce qui les rendait bien plus résistants qu'auparavant. Avec le début de la guerre froide, l'armée américaine était en recherche d'améliorations de ses composants. Les jeunes entreprises de la Silicon Valley que l'on nomme désormais des start-ups ont donc bénéficié de l'image de l'armée américaine pour prospérer. En effet le marché militaire était à l'époque une vitrine pour ces entreprises en termes de crédibilité et de visibilité.

Dorénavant, ce berceau de la haute technologie regroupe les sièges sociaux des plus grands groupes mondiaux comme peuvent l'être Apple, Facebook, Google ou encore Intel. Elle est aujourd'hui la capitale mondiale de l'innovation et du digital et une source d'inspiration pour de nombreuses entreprises à travers le monde.

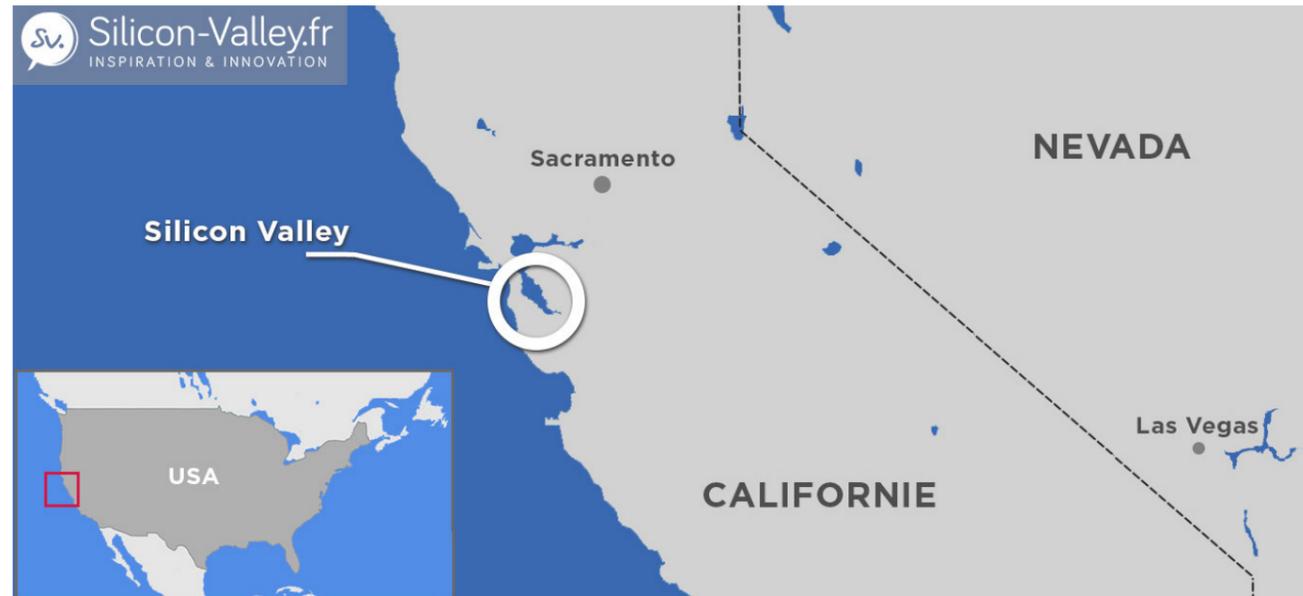
LES ORIGINES D'UN NOM

L'appellation de Silicon Valley tire son origine de la matière première dans la fabrication de transistors, le silicium. Cette région du Sud-Ouest de la Bay Area fut alors baptisée "Silicon Valley". On pourrait traduire cela par "La vallée du silicium". Le terme a été démocratisé grâce à l'intervention d'un journaliste, Don Hoefler, dans les années 70. Don Hoefler aurait lui-même entendu ce terme de Silicon Valley lors d'un déjeuner avec comme sujet les sociétés du sud de San Francisco, proche de la ville de San José. Finalement, il utilisa cette expression pour la rédaction d'articles et le terme se démocratisa pour devenir la référence mondiale que nous connaissons tous.



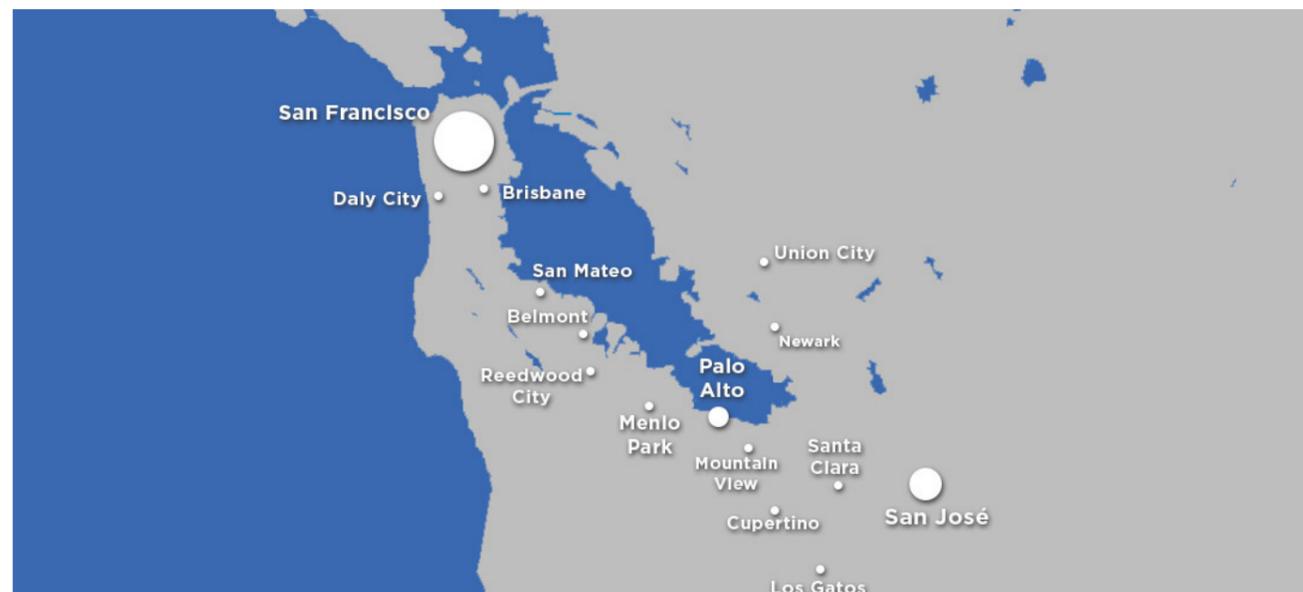
Siège social d'HP à Palo Alto

CARTOGRAPHIE DE LA RÉGION



Cette région n'a pas de frontière comme peut en avoir l'état de Californie. La Silicon Valley est un territoire dans l'état de Californie qui regroupe plusieurs comtés. Historiquement rattachée au comté Santa Clara, la Silicon Valley s'est étendue avec les années aux comtés de San Mateo County, Alameda County et Santa Cruz. Aujourd'hui avec le développement croissant de San Francisco dans le domaine de la tech, la ville est souvent rattachée à la Silicon Valley.

Au sein de chaque comté, on retrouve plusieurs villes de populations variables qui peuvent chacune accueillir le siège mondial d'une des entreprises les plus puissantes du monde.



QUELQUES DONNÉES EN SILICON VALLEY

Pour appuyer et justifier que cette région est la plus puissante dans le domaine de la tech et de l'innovation entrepreneuriale. Nous allons voir plusieurs jeux de données qui vont dans ce sens.

Observons dans un premier temps, l'état de Californie. En 2017 le PIB de la Californie est estimé à 2 746 milliards de dollars alors que sur la même période celui de la France est selon le FMI (Fonds Monétaire International) de 2 584 milliards de dollars. Si demain l'état de Californie faisait scission avec les États-Unis, la Californie deviendrait la cinquième puissance économique mondiale.

Focalisons-nous plus particulièrement sur la Silicon Valley. Comme déjà évoqué précédemment, la vallée californienne est la région des métiers liés à la tech et au digital. En effet, ces métiers représentent plus de 25% de l'ensemble des emplois en Silicon Valley alors que pour la ville de Londres le taux est seulement de 14%. Ce taux est en partie dû aux grands nombres de start-ups et donc d'entrepreneurs qui viennent s'installer en Silicon Valley pour profiter d'un écosystème unique.



Quand nous parlons d'écosystème favorable aux start-ups, nous évoquons principalement le fait que l'obtention de fonds est plus simple que dans d'autres régions ou d'autres pays. Les Business Angels et les Ventures-Capitalists investissent massivement permettant à ces petites structures de mener à bien leur projet innovant pour ensuite pouvoir les proposer sur le marché.

Si l'on reprend ces 25% des métiers de la tech et que l'on y ajoute les 16% des métiers liés au management, au design et autres que représente le secteur du Business Infrastructure et Services. On dépasse les 40% des métiers qui sont destinés à l'innovation et la tech. La population en Silicon Valley avoisine les 3 millions d'habitants et la population active est de 1.6 million. Il est également à noter que la Silicon Valley à l'un des plus bas taux de chômage des États-Unis (2.5% fin 2017)

Si vous voulez en découvrir plus sur la Silicon Valley. Rien de mieux que de la découvrir directement sur le terrain, vous pouvez participer à l'une de nos Learning Expeditions en Silicon Valley.

www.silicon-valley.fr



ROMAIN BUCHÉ

romain@silicon-valley.fr

5 bis, Boulevard du Maréchal Foch
49000 Angers - France

