



De l'idée à l'entreprise: Les clés de votre succès

Semaine mondiale de l'entrepreneuriat
18 novembre 2011

Programme

Département
Office

1/ Présentation du dispositif de soutien du canton de Genève

2/ Les principaux aspects liés à la création d'entreprise

- L'idée, le business plan, le pitch
- Ressources humaines
- Business modèle et marketing
- Marchés
- Propriété intellectuelle
- Financement

3/ Discussions avec les experts



Département des affaires régionales, de l'économie et de la santé
Service de la promotion économique
du canton de Genève

23.11.2011

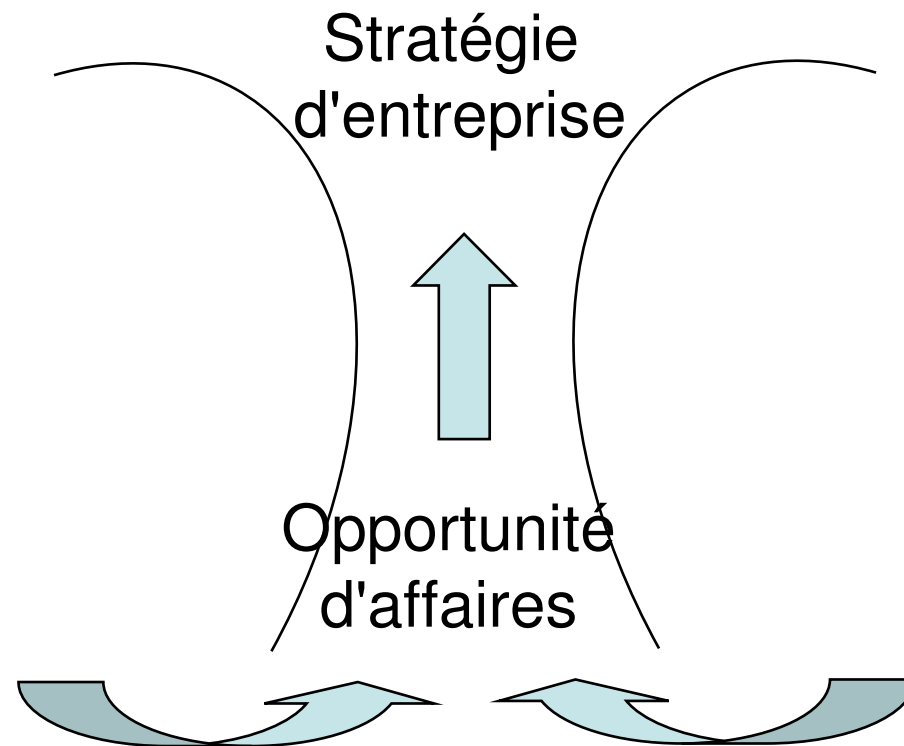


Présentation du dispositif de soutien du canton de Genève

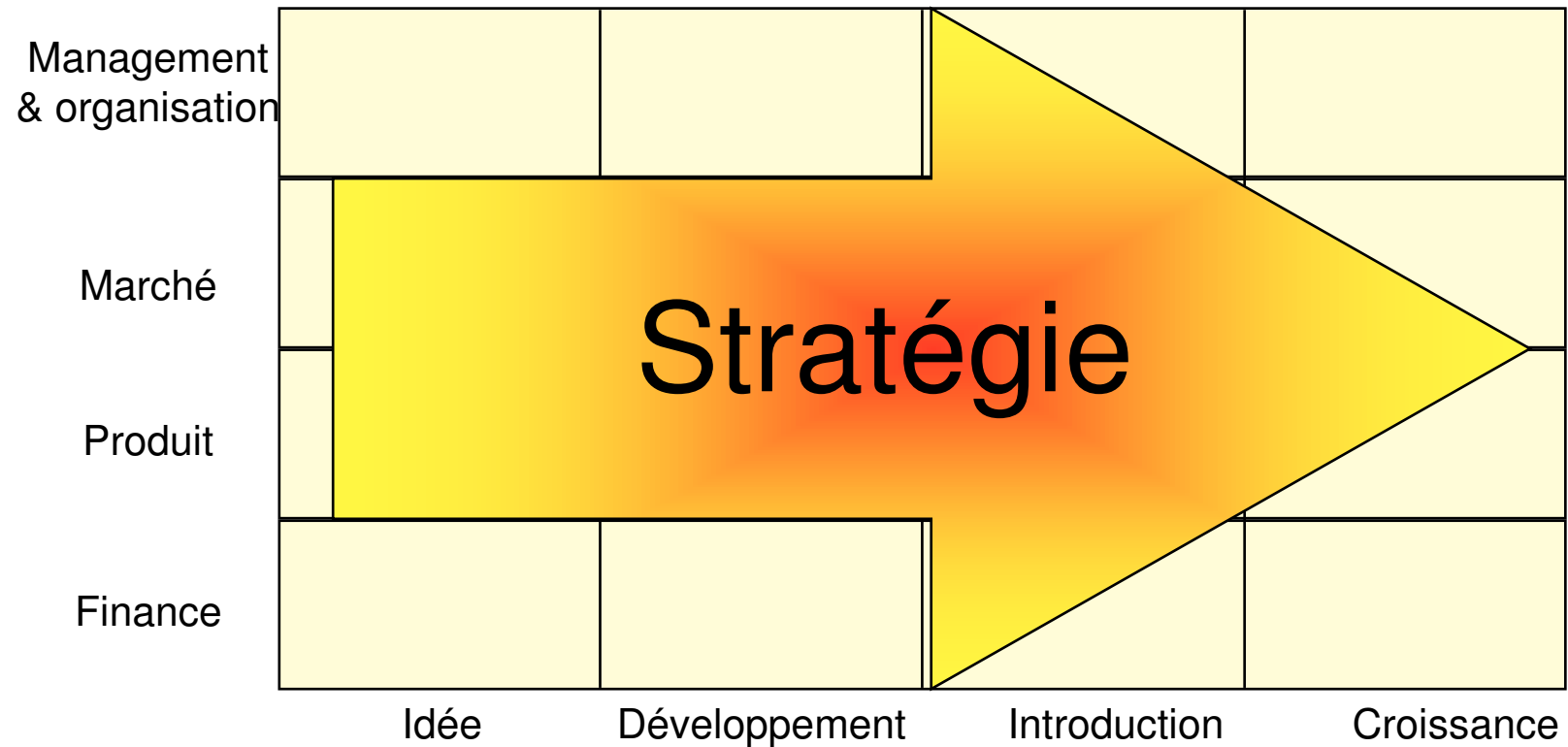
Daniel Loeffler,
Directeur du Service de la promotion économique du canton de Genève

Département
Office

Défi du soutien à l'innovation



Vue d'ensemble



Dispositif de soutien aux entreprises

Informations



Coaching et accompagnement



Financement





Présentation des principaux aspects liés à la création d'entreprise

Département
Office

Les principaux aspects liés à la création d'entreprise

- L'idée, le business plan, le pitch (M. Pascal Vermot, Venturelab)
- Ressources humaines
- Business modèle et marketing
- Marchés
- Propriété intellectuelle
- Financement

Les 8 trucs pour convaincre

Pascal Vermot
pascal.vermot@venturelab.ch



Département des affaires régionales, de l'économie et de la santé
Service de la promotion économique
du canton de Genève

La règle d'or de l'entrepreneuriat

**Valeur de l'entreprise =
valeur de l'idée d'affaires
+ valeur de l'équipe**

Entrez dans le vif du sujet

1

Présentez-vous

rapidement

Dévoilez votre idée: quelle

solution apportez-vous et à quel problème?

Montrez son caractère inédit, unique, novateur

Interpelez votre audience, votre interlocuteur

Soignez votre **attaque**

Soyez clairs et directs

2

Parlez avec des mots **simples**
Allez à l'essentiel

Aidez-nous à **visualiser** votre
produit, l'expérience du **client**,
l'impact sur sa vie, à quoi
ressemblera **demain** grâce à
vous

Soyez percutants

3

Pas de généralités – soyez
spécifiques

Partez du **client** ou du
bénéficiaire

Soyez **concrets**
quantifier, illustrer par des faits

Utilisez des **mots clés**,
pensez aux messages que vous
voulez donner

Suivez votre ligne

4

Ne perdez pas le fil – **balisez**
votre discours

Rappelez votre proposition de
valeur

Ne cédez pas à la tentation d'en
rajouter

Faites-nous rêver

5

Quel sera le futur grâce à **VOUS**?

Quel est le **potentiel** de votre idée?

Quels sont les perspectives de **marché**?

Dévoilez votre potentiel

6

Montrez
l'entrepreneur(e) qui
sommeille en vous

Restez **authentique** – soyez
convaincu(e) de ce que vous dites

Pratiquez – encore et encore

7

Un seul mot d'ordre: **répétez**
Exercez-vous en vous
chronométrant
Ne vous laissez pas
décourager

Préparez-vous aux critiques

8

L'expert aux questions difficiles

Le sceptique

Le compliqué

Le content



Préparez-vous aux critiques

8

Ecoutez jusqu'au bout
Comprenez les doutes et les soucis
exprimés

Répondez **simplement**
Montrez votre ouverture

... et **restez calmes!**

Les principaux aspects liés à la création d'entreprise

- L'idée, le business plan, le pitch
- Ressources humaines (M. Gilles Chevrey, OPI)
- Business modèle et marketing
- Marchés
- Propriété intellectuelle
- Financement

Entreprendre est d'abord et avant tout une aventure humaine

Points abordés

- Structure de l'organisation
- Recrutement
- Contrat de travail
- Rémunération
- Dynamique d'équipe
- Motivation

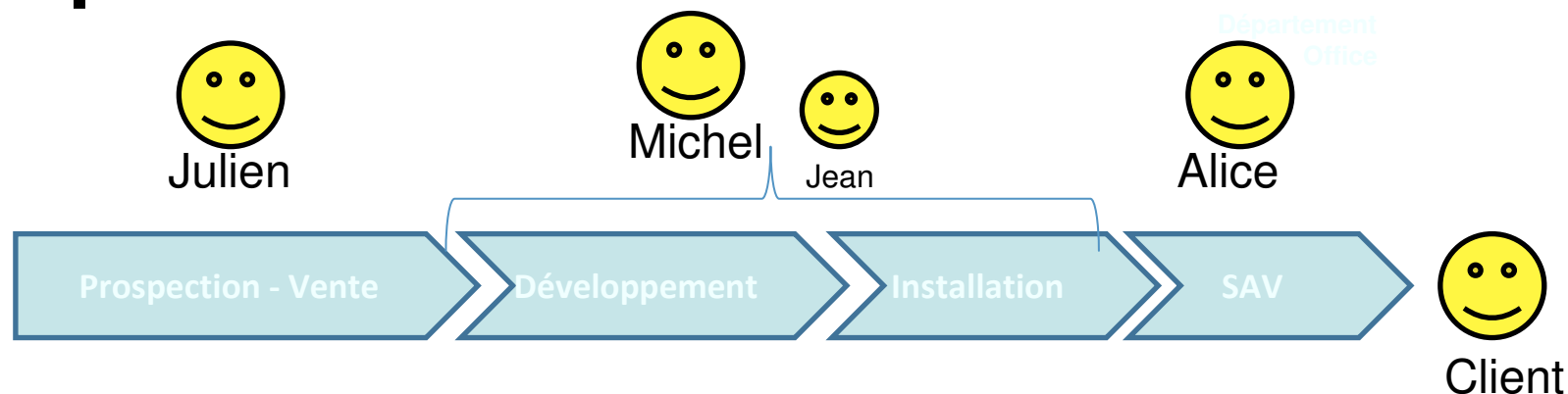
Département
Office



Département des affaires régionales, de l'économie et de la santé
Service de la promotion économique
du canton de Genève

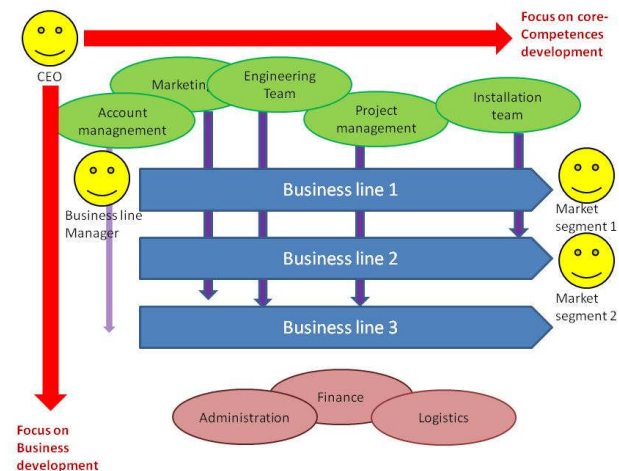
23.11.2011

Structure de l'organisation : Les processus



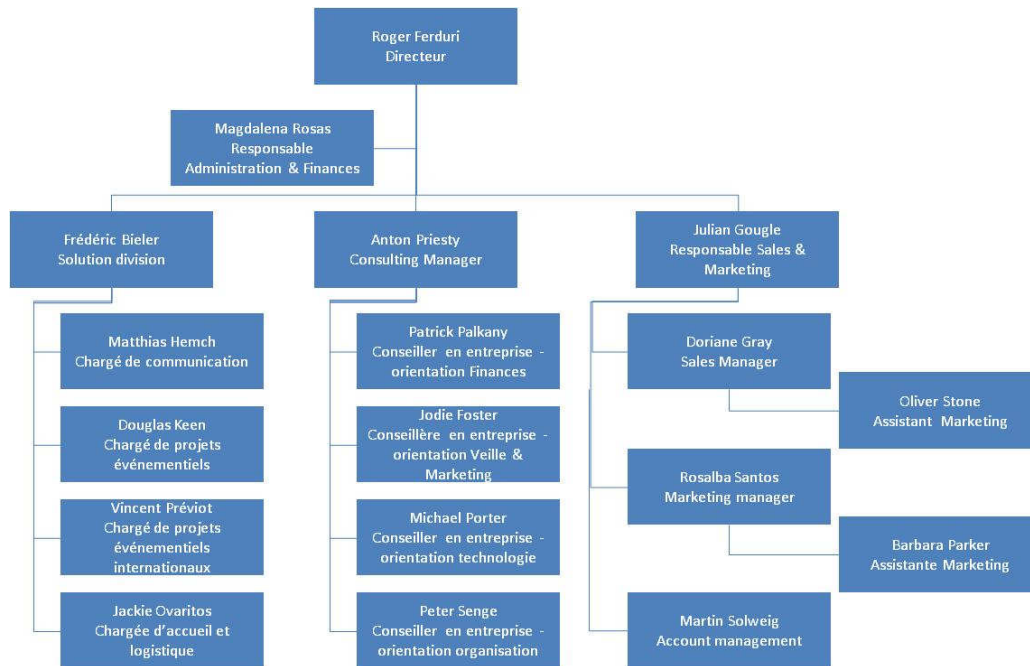
L'organisation en processus doit permettre de:

- Distinguer les missions principales
- Se fixer des objectifs concrets
- Assigner les personnes là où elles ont la plus forte contribution
- Prioriser entre le « must do » et « nice to do »
- Diriger les personnes vers un but



Structure de l'organisation : L'organigramme

Département
Office



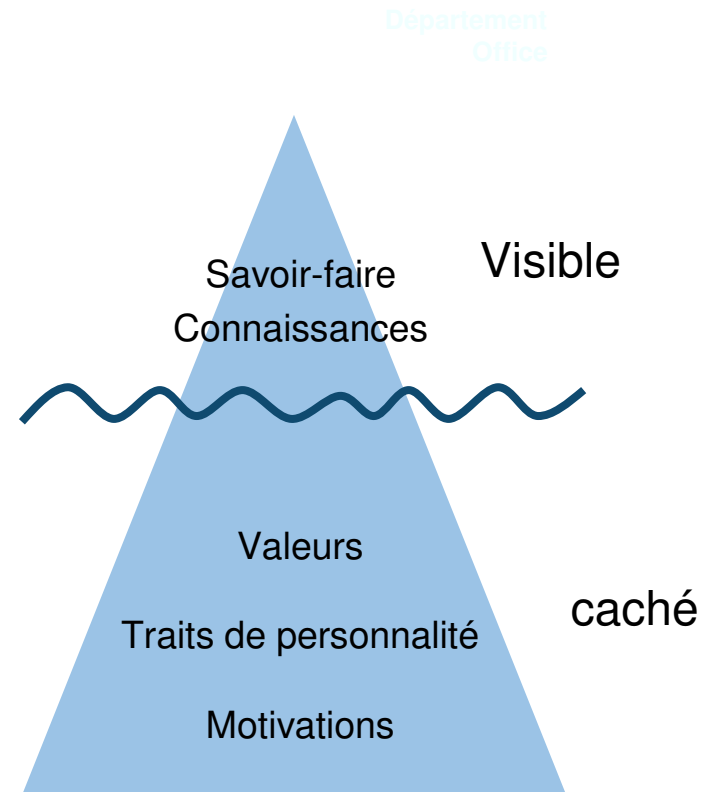
Organigramme, il ne sert qu'à:

- Indiquer qui a le plus de pouvoir (et qui est mieux payé!)
- Comment l'entreprise est découpée en cellules

Le recrutement: Trouver la bonne personne

Modèle de l'iceberg:

- Compétences techniques (savoir-faire, connaissances) généralement acquises avec la formation et l'expérience
- Domaines d'intérêts (facteurs de motivation)
- Traits de personnalité (base du comportement, ex. confiance en soi)



Le recrutement: comment faire ?

- Définir les **activités clés** du postes et le profil du candidat idéal (savoir-faire, connaissances, compétences personnelles)
- Préparer une **grille d'entretien** avec les critères relatifs au profil (ex. langue anglaise, esprit d'initiative,...)
- Faire confiance à votre démarche et **s'abstenir de tous préjugés et feeling.**
- Conduire l'entretien en adoptant la **stratégie de l'éponge**: un maximum de questions ouvertes (comment, qu'avez-vous..., pourquoi,...)
- Ne parler du poste qu'à la **fin de l'entretien** (pour éviter que le candidat « joue » le rôle dans la suite de l'entretien)
- Aborder les **questions administratives** (permis, salaire, disponibilité,..)
- Demander des références et des **certificats de travail**
- **Contactez les références** avec des questions ouvertes (ex: quels étaient ses points forts, points à améliorer)

Le contrat de travail

Département
Office

- Les **clauses essentielles** (Salaires, bonus, délai de congé, cahier des charges, heures supplémentaires, clauses horaires, couverture sociale, lieu de travail)
- Le contrat s'inscrit dans une **relation de subordination** entre employeur et employé (se conformer aux directives et se soumettre au contrôle)
- Respecter les **dispositions légales** en vigueur (permis de travail, congés, résiliation, assurances sociales,...).
- Entre fondateurs, il est essentiel de **se mettre d'accord** sur l'engagement de chacun (taux) et sur les rémunérations attendues et à quels délais (souvent la causes de divergences)

La rémunération

- La rémunération est tributaire de la capacité de l'entreprise à générer des revenus!!!
- Investisseurs: Patrimoine des fondateurs, FFF, Business Angels, Capital-risqueurs
- Revenus: premiers clients, programmes d'encouragements (FP7, fonds des offices fédéraux pour la recherche)
- Prix: de Vigier, Liechti,...

1. Rémunération fixe cf. observatoire genevois du marché du travail
<http://cms2.unige.ch/ses/lea/oue/projet/salaires/ogmt/>
2. Rémunération variable (attention à l'aspect conditionnel et aux proportions)
3. Stock option (Complicé à mettre en place et tributaire de l'implication de nouveaux investisseurs)
4. Cession d'actions

Dynamique d'équipe: Qu'est-ce que c'est?

Département
Office

- Une équipe est un groupe de personnes interagissant ensemble et de manière concertée vers l'atteinte d'un but.
- La dynamique d'équipe est la façon dont les personnes se comportent en interaction.



La dynamique d'équipe: Comment faire?!

Département
Office

- Donner du sens à l'équipe, à nos actions!!!
- Le pouvoir se prend, il ne se donne pas
- Diriger en usant « intelligemment » de son autorité
- 3R: Reconnaître les Résultats et Remercier



Dynamique d'équipe: Ecrasons (parfois) la hiérarchie !

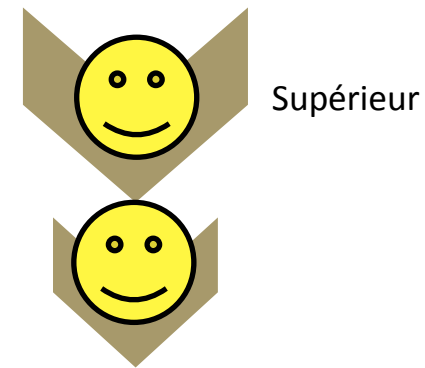
Collaboration horizontale



- Accord sur le processus
- Accord sur les activités à faire
- Coordination entre personnes

Pertinent dans les situations peu engagées
Idem pour les activités avec beaucoup d'adaptation

Collaboration hiérarchique



- Attentes claires du supérieur
- Commander, Contrôler, Corriger
- Utilisation formelle de l'autorité

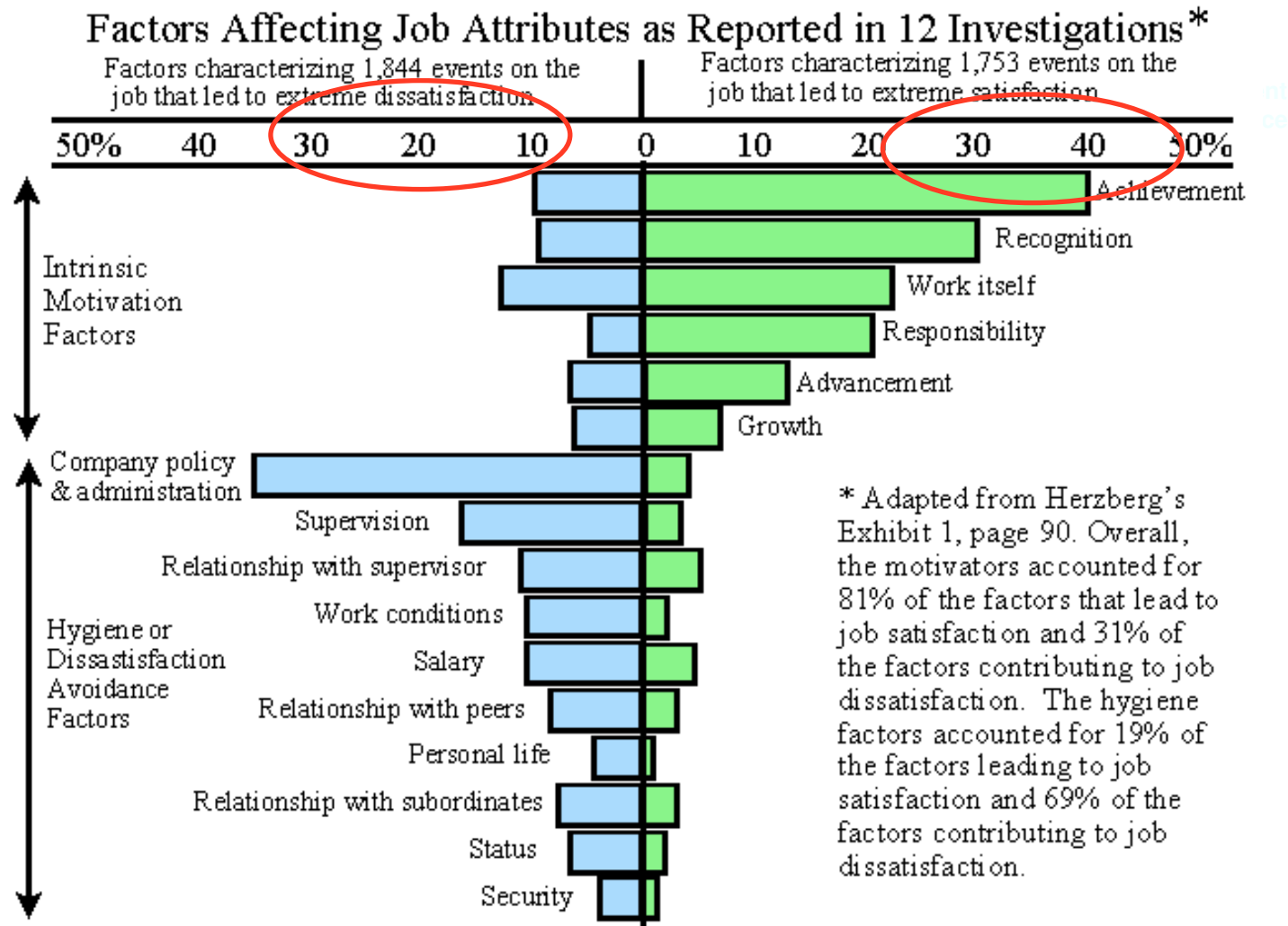
Pertinent dans les situations de crise
Idem pour activités très standardisées

La motivation: D'abord un esprit d'équipe en donnant du sens

- Où veut-on aller?
- Quelles sont les valeurs que nous partageons ?
- Quelle est notre raison d'être?
- Comment allons-nous le faire?
- Quelles sont les missions-clé?
- Qui en est responsable?

- Vision
- Valeurs
- Mission
- Processus
- Fonctions / Engagements

La motivation: le modèle d'HERZBERG



Les principaux aspects liés à la création d'entreprise

- L'idée, le business plan, le pitch
- Ressources humaines
- Business modèle et marketing (M. François Gilardoni, Fongit)
- Marchés
- Propriété intellectuelle
- Financement

Business Models & Marketing

- A business model describes what a firm ***will do, how, when,*** and for ***how much*** to build and capture wealth for stakeholders (i.e. at the **lowest risk** and **fastest pace**).
- Marketing is ***The right product, in the right place, at the right time, and at the right price.*** (Adcock et al) ... And the art of **creating** or **fulfilling** a need.

So What!

- Revenue Sources & Models
- Cost Drivers & Pricing
- Sales & distribution model(s)
- Critical Success Factors
- Customer & pipeline (new or recurrent)
- Average account size and/or lifetime value
- Investment Size to enact, deliver and sustain model(s)

Remember ... It is Tough

- Think out of the box ... know your customers
- Strategic, development & operational roadmaps
- Revenue sources, flows & models maps
- Dissect business models with use cases

Les principaux aspects liés à la création d'entreprise

- L'idée, le business plan, le pitch
- Ressources humaines
- Business modèle et marketing
- **Marchés (M. Pascal Bourgier, Genilem)**
- Propriété intellectuelle
- Financement

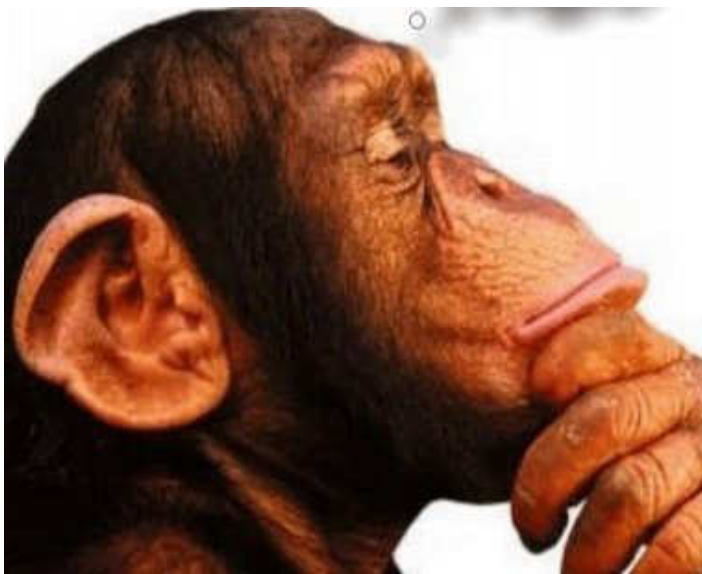
Qu'est ce qu'un marché ?

- Lieu réel ou virtuel
- La rencontre entre une offre et une demande
- Plus généralement le marché est le Lieu de rencontre de tous les consommateurs pour un bien ou service donné

Le marché dans les années 20, la standardisation...



Le marché aujourd'hui



Pourquoi étudier son marché?

- Mesurer,
 - Se démarquer
 - Analyser
 - Comprendre
- ... les comportements, les appréciations, les besoins et les attentes d'une population définie (WIKIPEDIA)

Etre capable d'écouter les besoins du client



Offre clairement inadaptée...

Comment étudier son marché?

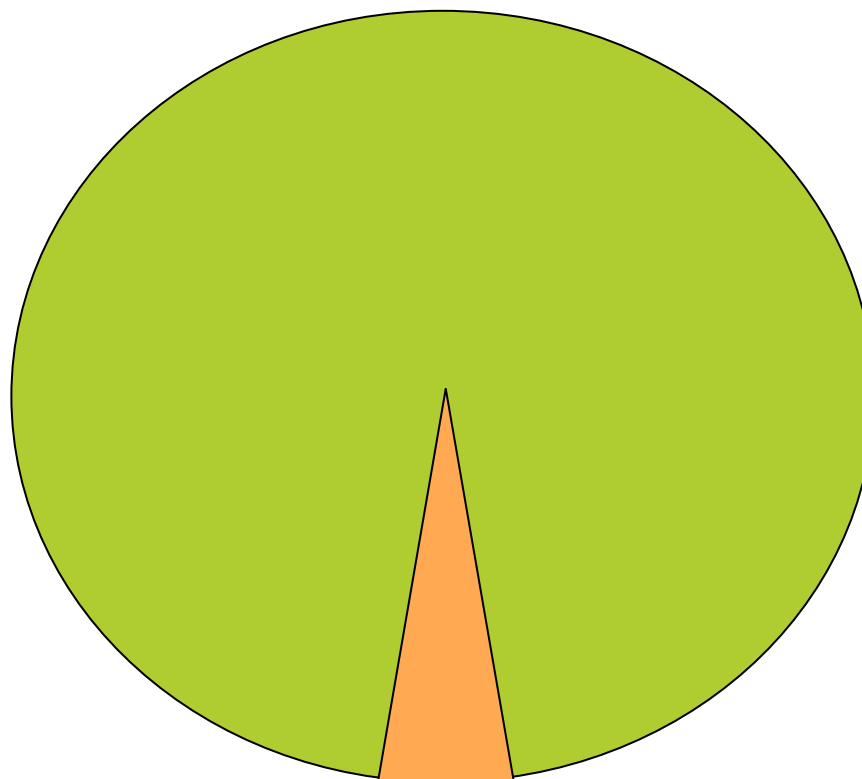
- Recherche d'information
 - questionnaires
 - entretiens
- Analyse de ces informations
 - Analyse individuelle (qualitatif)
 - Analyse statistique (quantitatif)

La taille du marché

- Rédaction du business plan
- Élaboration d'un budget prévisionnel

Et cela permet donc de calculer la rentabilité économique du projet et ainsi votre part de risques

Que choisissez-vous?

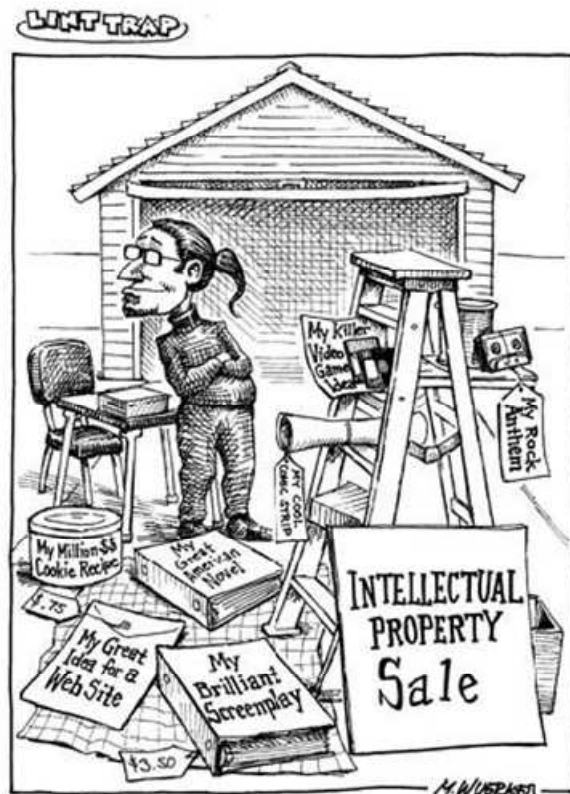


Les principaux aspects liés à la création d'entreprise

- L'idée, le business plan, le pitch
- Ressources humaines
- Business modèle et marketing
- Marchés
- Propriété intellectuelle (M. Laurent Mieville, Unitec)
- Financement

Les Hautes Ecoles, source intellectuelle indispensable dans un monde du savoir

L. Miéville
Unitec



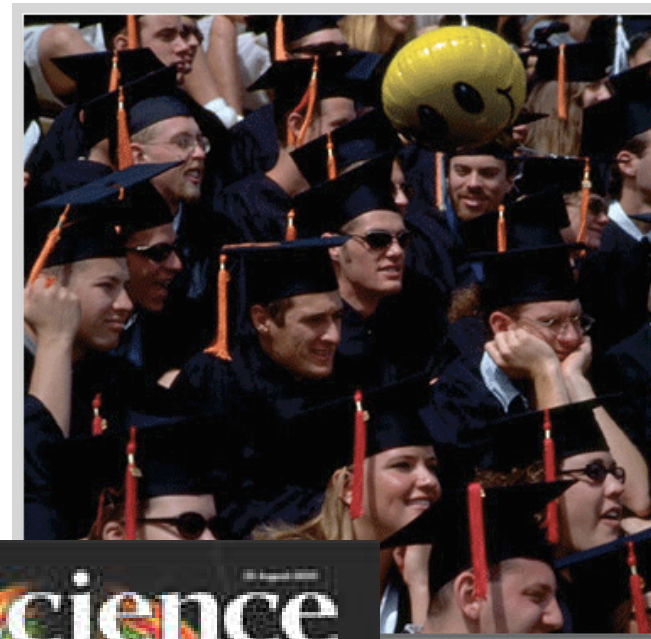
This image is copyright protected. All rights reserved.
Source: <http://www.cartoonistgroup.com>



Source Tim Lee

Les canaux de diffusion du savoir

- Formation des étudiants
- Publications
- **Partenariats HEs - Entreprises**



Il existe plusieurs façons de collaborer avec les Hautes Ecoles



Le transfert de technologies par transfert de droits de propriété intellectuelle

- Adapté pour recherche de base
- Découvertes disruptives
- Prise de risque plus importante
- Retours financiers potentiels importants mais à long terme
- Source de start-ups



Les collaborations de recherche, les mandats

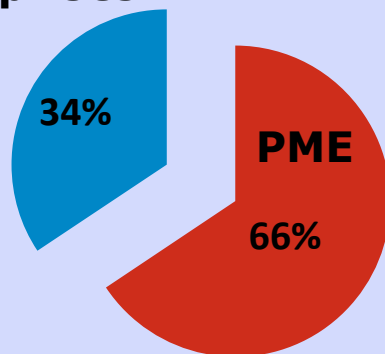
- Recherche souvent plus dirigée (en particulier pour les mandats)
- Découvertes généralement sous forme d'améliorations
- Financement de recherche à court terme, retombées limitées
- Facilite la transition des études ver les entreprises

Il existe plusieurs façons de collaborer avec les entreprises



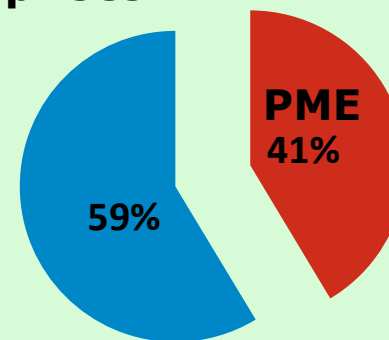
**Le transfert de technologies
par transfert de droits de
propriété intellectuelle**

**Grandes
entreprises**



**Les collaborations de
recherche, les mandats**

**Grandes
entreprises**



Source: SRI, Pactt, Unitec, statistiques 2006 Alliance , seulement partenaires privés

Il existe plusieurs façons de collaborer avec les entreprises

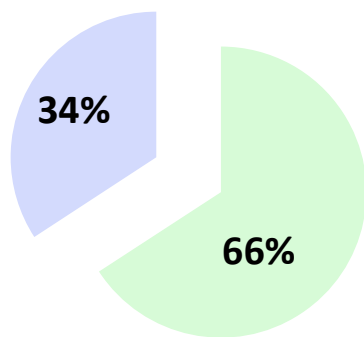


**Le transfert de technologies
par transfert de droits de
propriété intellectuelle**

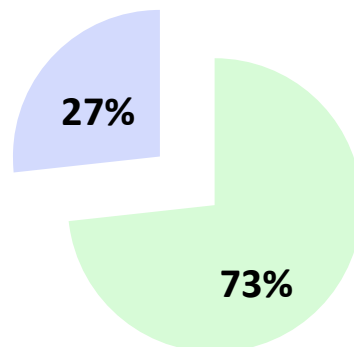


**Les collaborations de
recherche, les mandats**

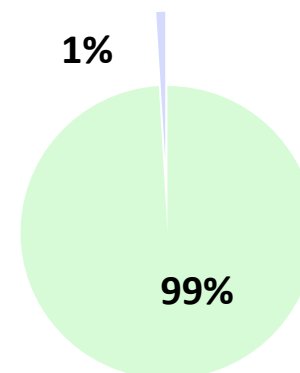
UNIGE



EPFL



EIG



Source: SRI, Pactt, Unitec, statistiques 2006 Alliance , seulement partenaires privés

Vos interlocuteurs en matière de collaborations avec les HEs



Bureaux de Transferts de Technologies

- Unitec (UNIGE/HUG/HES-GE)
- SRI (EPFL)
- PACTT (UNIL/CHUV)
- swiTT (Association suisse)
www.switt.ch



Collaborations, recherche, mandats

- Chercheurs des Hautes Ecoles
- Alliance
(innovation technologique)
- Platinn
(innovation d'affaire)
- Bureaux de transferts de technologies

Connaître les processus de transfert et les attentes de chaque partenaire



European Research + Innovation Programmes

get connected

boost your R&D

find partners

launch initiatives

FP7 Collaborative Research
FP7 Research for SMEs
Eureka Eurostars
Technology Platforms
European SME Week
Competitiveness and Innovation Programme
European Institute of Technology
Enterprise Europe Network

contact Alex Waehry

Swiss Information Network Euresearch
Geneva FP7 Platform
University of Geneva EU Grants Office



**UNIVERSITÉ
DE GENÈVE**



euresearch@unige.ch

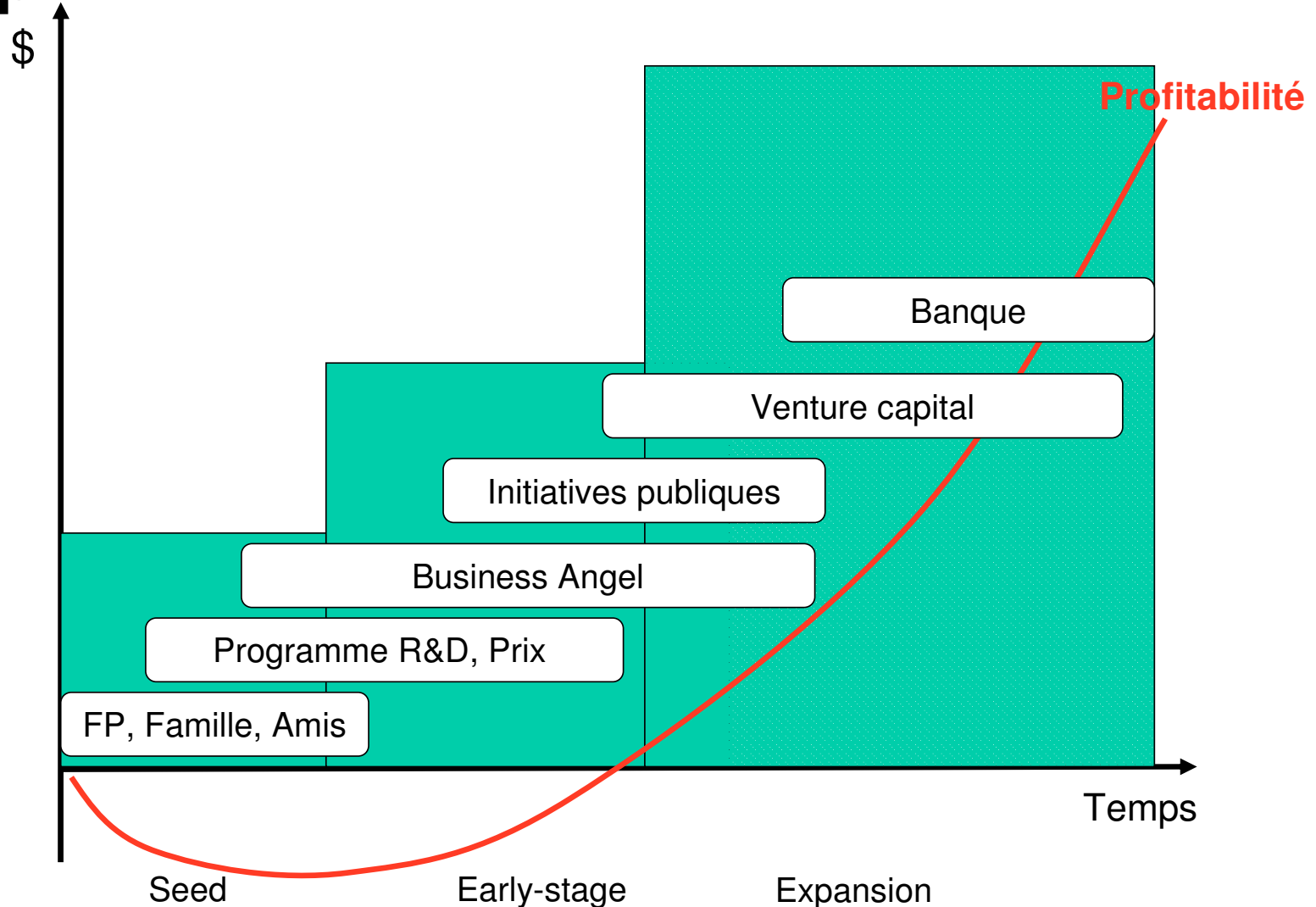
Département des affaires régionales, de l'économie et de la santé
Service de la promotion économique
du canton de Genève

23.11.2011

Les principaux aspects liés à la création d'entreprise

- L'idée, le business plan, le pitch
- Ressources humaines
- Business modèle et marketing
- Marchés
- Propriété intellectuelle
- **Financement (M. Patrick Schefer, SPEG)**

Etapes de financement de la création



Programme R&D - Prix


 Schweizerische Eidgenossenschaft
 Confédération suisse
 Confederazione Svizzera
 Confederaziun svizra

 Swiss Confederation

 Commission for Technology and Innovation CTI



Liste des prix disponible sous : www.venturelab.ch

Business Angel

- Critère d'innovation, souvent high-tech
- Prise de participation
- Montant : 50-500kf



investiere
venture capital

Capitalproximité

Initiatives publiques

- Cautionnements, prêts directs
- Prise de participation minoritaire
- Factoring

Critères :

- Viabilité, capacité de remboursement
- Emplois créés
- Localisation



Fonds d'investissement (VC & Corporate venture)

- Marché global avec important potentiel
- Avantages concurrentiels forts (IP)
- Team expérimenté
- Plan d'exécution clair

Prise de participation

Montant : 1-5 mios



Liste disponible sous :

<http://www.cti-invest.ch/Swiss-Venture-Guide/Swiss-Venture-Guide-2011.aspx>



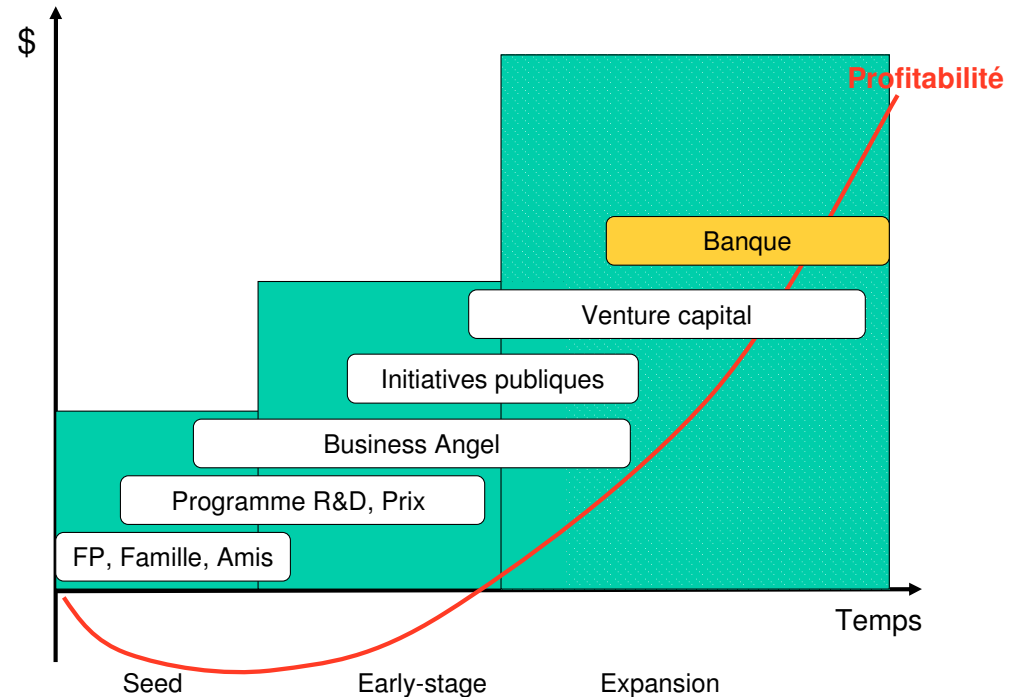
Département des affaires régionales, de l'économie et de la santé

Service de la promotion économique
du canton de Genève

23.11.2011

Prêts bancaires

- Rentabilité existante (sur minimum 3 ans)
- Fonds propres solides
- Montant du prêt lié à la capacité de remboursement



Pré-requis pour tout financement

- Description du projet
 - Pitch, Executive summary, Business Plan
- Prévisions financières
- Besoin de financement
- Utilisation des fonds

Sinon soyez créatif :

- Clients, fournisseurs, partenaires
- Mandats
- etc.....

permettent également de se financer.



**Et maintenant ?
A vous de jouer !**



Département des affaires régionales, de l'économie et de la santé
Service de la promotion économique
du canton de Genève

23.11.2011

Coordonnées des intervenants

- **Venturelab :**
Pascal Vermot - pascal.vermot@venturelab.ch
- **OPI :**
Gilles Chevrey - + 41 22 304 40 40 – gilles.chevrey@opi.ch
- **Fongit :**
François Gilardoni - + 41 (0)22 884 83 00 - f.gilardoni@fongit.ch
- **Genilem :**
Pascal Bourgier - +41 22 817 37 77 - pascal@genilem.ch
- **Unitec :**
Laurent Mieville - +41 22 379 03 50 - laurent.mieville@unige.ch
- **Service de la promotion économique de Genève**
Patrick Schefer - +41 22 388 34 34 – patrick.schefer@etat.ge.ch