Votre idée de business mérite-t-elle vraiment que vous continuiez ?

WORKBOOK DÉCISIONNEL • MÉTHODE 6V

Un workbook décisionnel en 6 étapes pour confronter votre idée au marché et aux chiffres avant d'y investir davantage de temps, d'argent ou d'énergie.

RE'ADVICES

WORKBOOK PRATIQUE • EXERCICES • CALCULS SIMPLES • DIAGNOSTIC FINAL

01	02	03	04	05	06
BESOIN	CLIENT	OFFRE	ACQUISITION	ÉCONOMIE	VIABILITÉ

MODE D'EMPLOI

Un workbook, pas un cours

Vous n'avez pas besoin de tout savoir avant de commencer. Vous avez seulement besoin d'être capable de distinguer ce que vous savez, ce que vous supposez et ce que vous avez réellement vérifié.

> **LA QUESTION CENTRALE**
> **Existe-t-il suffisamment d'éléments concrets pour justifier que j'investisse davantage de temps, d'argent et d'énergie dans cette idée ?**

Ce que cet ebook va vous permettre de décider

- Poursuivre : les éléments disponibles justifient l'étape suivante.
- Modifier : l'idée présente un potentiel mais certains paramètres du modèle doivent changer.
- Tester davantage : des hypothèses critiques restent insuffisamment vérifiées.
- Abandonner ou repenser profondément : le modèle actuel paraît trop fragile.

Temps à prévoir

Phase	Durée indicative	But
Diagnostic initial	2 à 3 heures	Poser le besoin, la cible, l'offre et les premiers chiffres.
Validation terrain	3 à 7 jours, parfois plus	Confronter les hypothèses importantes au marché.

RÈGLE DE MÉTHODE

La règle des 3 colonnes

Pendant toute la méthode, classez vos informations dans trois catégories. Cette distinction évite de transformer inconsciemment une supposition en certitude.

CE QUE JE SAIS	CE QUE JE SUPPOSE	CE QUE J'AI VÉRIFIÉ
Faits disponibles	Hypothèses	Éléments confrontés à la réalité
Un concurrent vend à 49 €	Mes clients accepteront 39 €	3 personnes ont accepté un devis à 39 €
_____	_____	_____

RÈGLE À RETENIR

Plus une hypothèse est importante pour la survie du business, plus vous devez chercher une preuve forte avant d'investir davantage.

RÈGLE DE PREUVE

L'échelle des preuves

Niveau	Signal	Exemple	Force
1	OPINION	« Mes amis trouvent mon idée géniale. »	Très faible
2	INTÉRÊT	« Plusieurs personnes disent être intéressées. »	Faible
3	ACTION	Clic, inscription, coordonnées, demande d'information.	Moyenne
4	ENGAGEMENT	Rendez-vous, devis, réservation, acompte.	Forte
5	PAIEMENT	Quelqu'un paie réellement.	Très forte
6	RÉPÉTITION	Plusieurs achats ou achat répété.	Encore plus forte

ATTENTION

Un questionnaire déclaratif peut produire de l'intérêt sans produire d'achat. Cherchez, lorsque c'est possible, un comportement réel.

CAS PRATIQUE FIL ROUGE

Voici Léa

Léa souhaite lancer une box mensuelle de goûters artisanaux destinée aux familles. Chaque mois, ses clients recevraient une sélection de biscuits et autres produits artisanaux.

> **HYPOTHÈSE DE DÉPART**
> **Prix envisagé : 29 € par mois. Plusieurs parents trouvent l'idée sympathique. À première vue, le projet paraît prometteur.**

Nous allons volontairement éviter de conclure trop tôt. À chaque étape, nous confronterons l'idée de Léa aux faits, aux comportements et aux chiffres.

01 / 06 • BESOIN

VÉRIFIER LE BESOIN

Existe-t-il réellement un problème qui mérite d'être résolu ?

OBJECTIF DE L'ÉTAPE
Existe-t-il réellement un problème qui mérite d'être résolu ?

PRINCIPE

Oubliez votre solution pendant quelques minutes.

« Je veux créer une application », « je veux vendre des vêtements », « je veux lancer une box » : ce sont des solutions. Votre premier travail consiste à identifier ce que le futur client essaie réellement de résoudre.

Questions utiles

- Comment faites-vous aujourd'hui ?
- Qu'est-ce qui vous pose problème ?
- À quelle fréquence cela arrive-t-il ?
- Qu'avez-vous déjà essayé ?
- Qu'est-ce que cela vous coûte en temps, argent ou frustration ?

À VOUS DE JOUER

Votre fiche problème

Je veux aider :

Qui rencontre le problème suivant :

Ce problème apparaît principalement lorsque :

Aujourd'hui, cette personne essaie de le résoudre en :

Si elle ne le résout pas, la conséquence est :

Preuves observées

Ce que j'ai observé	Source / situation	Force de la preuve

MON VERDICT À CETTE ÉTAPE
🟢 Plutôt favorable
🟠 À vérifier
🔴 Signal d'alerte
Ce que je dois vérifier avant de continuer : _____

02 / 06 • CLIENT

IDENTIFIER LE CLIENT PAYEUR

Qui souffre suffisamment de ce problème pour envisager de payer ?

OBJECTIF DE L'ÉTAPE
Qui souffre suffisamment de ce problème pour envisager de payer ?

Une cible comme « les femmes », « les PME » ou « les jeunes » est trop large pour prendre une décision économique. Cherchez une situation d'achat précise.

Léa pensait viser « les parents d'enfants de 3 à 15 ans ». Ses échanges montrent plutôt un intérêt chez des parents actifs, sensibles à la qualité et qui achètent déjà ponctuellement des produits premium ou artisanaux.

À VOUS DE JOUER

Votre fiche client payeur

Mon client payeur est :

Il rencontre le problème lorsque :

Aujourd'hui, il utilise cette solution :

Il dépense actuellement environ :

Je peux principalement le trouver ici :

Utilisateur, décideur, payeur

Rôle	Qui est-ce dans mon projet ?
Utilisateur	
Décideur	
Payeur	
MON VERDICT À CETTE ÉTAPE	
🟢 Plutôt favorable	
🟠 À vérifier	
🔴 Signal d'alerte	
Ce que je dois vérifier avant de continuer : _____	

03 / 06 • OFFRE

AFFRONTER LE MARCHÉ

Votre offre résiste-t-elle à la confrontation au marché ?

OBJECTIF DE L'ÉTAPE
Votre offre résiste-t-elle à la confrontation au marché ?

Transformez votre idée en offre testable : « Pour [client], je propose [solution] qui permet [résultat] pour [prix]. »

Commencez par les alternatives

- Concurrents directs
- Solutions indirectes
- Prix pratiqués
- Avis et plaintes récurrentes
- Avantages proposés
- Option « ne rien faire »

ATTENTION
« Je n'ai aucun concurrent » peut signaler une opportunité… ou l'absence d'un marché suffisamment solvable.

À VOUS DE JOUER

Votre offre test

Client :

Problème :

Solution :

Résultat promis :

Prix envisagé :

Alternative actuelle :

Choisissez votre niveau de test

Test	Ce que vous cherchez	Choisi
Observation	Achats similaires, prix, concurrents	☐
Confrontation	Présenter l'offre et son prix à la vraie cible	☐
Comportement	Inscription, devis, réservation, précommande, achat	☐

MON VERDICT À CETTE ÉTAPE
🟢 Plutôt favorable
🟠 À vérifier
🔴 Signal d'alerte
Mon niveau de preuve actuel : ☐ Opinion ☐ Intérêt ☐ Action ☐ Engagement ☐ Paiement ☐ Répétition _____

04 / 06 • ACQUISITION

TESTER L'ACCÈS AUX CLIENTS

Savez-vous comment obtenir vos premiers clients ?

OBJECTIF DE L'ÉTAPE
Savez-vous comment obtenir vos premiers clients ?

Un vrai besoin, un bon produit et une bonne marge ne suffisent pas si personne ne sait que vous existez ou si chaque client coûte trop cher à obtenir.

Choisissez un premier canal

- Prospection directe
- Réseau personnel ou professionnel
- Partenariat
- Groupe ou communauté
- Marketplace
- Référencement local
- Contenu
- Publicité

À VOUS DE JOUER

Votre mini-entonnoir d'acquisition

Étape	Nombre	Observation
Personnes exposées/contactées		
Personnes ayant réagi		
Conversations/demandes		
Personnes réellement intéressées		
Clients obtenus		

Mon canal principal testé :

_____

Ce que le test me montre :

_____

_____

_____

MON VERDICT À CETTE ÉTAPE
🟢 Plutôt favorable
🟠 À vérifier
🔴 Signal d'alerte
Ce que je dois vérifier avant de continuer : _____

05 / 06 • ÉCONOMIE

TESTER L'ÉCONOMIE D'UNE VENTE

Quand quelqu'un achète, combien vous reste-t-il réellement ?

OBJECTIF DE L'ÉTAPE
Quand quelqu'un achète, combien vous reste-t-il réellement ?

Le chiffre d'affaires mesure ce que vous facturez. Il ne mesure pas ce que vous gagnez réellement.

Exemple : prix 50 € - produit 20 € - emballage 2 € - commission 3 € - livraison 5 € = 20 € de marge disponible pour payer les autres dépenses.

À VOUS DE JOUER

L'économie d'une vente

Prix de vente	_____ €
Produit / matière	_____ €
Emballage	_____ €
Livraison	_____ €
Commission	_____ €
Sous-traitance	_____ €
Autres coûts variables	_____ €
TOTAL COÛTS VARIABLES	_____ €
MARGE PAR VENTE	**_____ €**

Temps nécessaire pour réaliser ou délivrer une vente :

_____

Nombre de ventes envisagées par mois :

_____

Temps mensuel estimé :

_____

MON VERDICT À CETTE ÉTAPE
🟢 Plutôt favorable
🟠 À vérifier
🔴 Signal d'alerte
Ce que je dois vérifier avant de continuer : _____

06 / 06 • VIABILITÉ

TESTER LE VRAI POINT D'ÉQUILIBRE

Combien devez-vous vendre pour payer les dépenses ET pouvoir vous rémunérer ?

OBJECTIF DE L'ÉTAPE
Combien devez-vous vendre pour payer les dépenses ET pouvoir vous rémunérer ?

Nous allons calculer deux seuils différents. Ils ne répondent pas à la même question.

Une activité qui couvre ses factures mais utilise gratuitement votre travail n'est pas encore économiquement satisfaisante pour vous.

SEUIL N°1

Le seuil de survie

Listez les dépenses qui existent même lorsque vous ne vendez rien : logiciels, assurance, local, comptabilité, hébergement, abonnements, frais administratifs...

Dépense fixe mensuelle	Montant
	_____ €
	_____ €
	_____ €
	_____ €
	_____ €
TOTAL	**_____ €**

Mes dépenses fixes mensuelles :

_____

Ma marge par vente :

_____

Mon seuil de survie :

_____

SEUIL N°2

Le seuil de viabilité personnelle

Inscrivez le revenu minimum que vous souhaiteriez raisonnablement pouvoir tirer de cette activité lorsqu'elle fonctionne normalement. À ce stade, il s'agit d'un objectif économique simplifié, pas d'un salaire net après fiscalité et cotisations.

Revenu mensuel minimum souhaité :

Dépenses fixes mensuelles :

Total à financer :

Marge par vente :

Seuil de viabilité personnelle :

> **ATTENTION**
> **Le montant réellement nécessaire pour vous rémunérer devra être affiné selon votre pays, votre statut et votre situation. Ici, nous testons d'abord si l'économie du projet est assez solide pour financer votre objectif.**

CAS LÉA

Le premier calcul cachait l'essentiel

Prix de la box : 29 €. Coûts variables : 20 €. Marge par box : 9 €. Dépenses fixes : 900 € par mois.

Niveau	Calcul	Résultat
Survie	900 ÷ 9	100 box / mois
Revenu cible de Léa	1 800 €	
Montant total à financer	900 + 1 800	2 700 €
Viabilité personnelle	2 700 ÷ 9	300 box / mois

CONTRÔLE DE RÉALITÉ

Le test des 3 cohérences

Cohérence	Question	Oui	À vérifier / Non
ÉCONOMIQUE	Chaque vente produit-elle suffisamment de marge ?	☐	☐
COMMERCIALE	Puis-je raisonnablement obtenir le nombre de ventes nécessaire ?	☐	☐
PERSONNELLE	Le revenu potentiel justifie-t-il le temps, l'argent et l'énergie ?	☐	☐

Temps de travail

Supposons que chaque box demande 12 minutes de travail direct. 300 box représentent déjà 60 heures de préparation et d'expédition, hors prospection, achats, service client, comptabilité et imprévus.

Temps de travail estimé au volume nécessaire :

_____

Ce temps me paraît-il acceptable au regard du revenu cible ? Pourquoi ?

_____

_____

_____

MON VERDICT À CETTE ÉTAPE
🟢 Plutôt favorable
🟠 À vérifier
🔴 Signal d'alerte
Ce que je dois modifier ou vérifier : _____

DERNIER CONTRÔLE

L'investissement de départ

Ajoutez ce que vous devez payer avant que l'activité fonctionne normalement. Plus l'investissement est important, plus vos hypothèses critiques doivent être sérieusement testées.

Matériel	_____ €
Stock	_____ €
Site / création	_____ €
Dépôts / garanties	_____ €
Communication de départ	_____ €
Autres	_____ €
Autres	_____ €
INVESTISSEMENT TOTAL	**_____ €**

QUESTION DÉCISIONNELLE
Suis-je prêt à risquer cette somme compte tenu du niveau de preuve dont je dispose aujourd'hui ?

Temps estimé avant d'atteindre le seuil de survie :

Temps estimé avant d'atteindre le seuil de viabilité personnelle :

Ce qui me permet de croire ces estimations :

SYNTHÈSE

Votre tableau de synthèse

Question	🟢	🟠	🔴	Niveau de preuve
Le problème existe-t-il ?	☐	☐	☐	_____
Le client payeur est-il identifiable ?	☐	☐	☐	_____
L'offre résiste-t-elle au marché ?	☐	☐	☐	_____
Puis-je obtenir des clients ?	☐	☐	☐	_____
La marge par vente est-elle suffisante ?	☐	☐	☐	_____
Puis-je couvrir les dépenses ?	☐	☐	☐	_____
Puis-je atteindre mon revenu cible ?	☐	☐	☐	_____
Le temps de travail reste-t-il acceptable ?	☐	☐	☐	_____

NE COMPTEZ PAS LES CASES VERTES
Une seule hypothèse critique peut suffire à rendre le projet fragile. Le diagnostic final repose sur la qualité des preuves et la cohérence économique, pas sur un score arbitraire.

SYNTHÈSE

Vos 3 hypothèses critiques

Une hypothèse est critique si, lorsqu'elle est fausse, votre projet peut difficilement fonctionner sans modification importante.

Hypothèse critique n°1

Je suppose que :

_____

_____

Ma preuve actuelle :

_____

_____

Le prochain test le plus simple :

_____

_____

Hypothèse critique n°2

Je suppose que :

Ma preuve actuelle :

Le prochain test le plus simple :

Hypothèse critique n°3

Je suppose que :

Ma preuve actuelle :

Le prochain test le plus simple :

DIAGNOSTIC FINAL

Croisez la preuve et l'économie

Deux axes dominent le diagnostic : la force des preuves et la solidité de l'équation économique.

	ÉCONOMIE : NON	SOUS CONDITIONS	RAISONNABLEMENT
PREUVES : FAIBLES	🔴 REPENSER	🔵 TESTER	🔵 TESTER
PREUVES : PARTIELLES	🔴 REPENSER	🟠 MODIFIER	🔵 TESTER
PREUVES : SUFFISANTES	🔴 REPENSER	🟠 MODIFIER	🟢 POURSUIVRE

QUE FAIRE ENSUITE ?

🟢 POURSUIVRE

CE QUE CE VERDICT SIGNIFIE

Les éléments disponibles justifient raisonnablement d'investir davantage dans le projet. Poursuivre ne signifie pas « réussite garantie ».

Prochaine action

- Lancement limité
- Prévisionnel plus détaillé
- Choix du statut
- Organisation opérationnelle
- Approfondissement commercial

Ma décision :

_____

_____

Ma prochaine action concrète :

_____

_____

_____

QUE FAIRE ENSUITE ?

🟠 MODIFIER

CE QUE CE VERDICT SIGNIFIE

Le marché montre des signaux intéressants mais l'équation actuelle fonctionne mal ou certaines conditions doivent changer.

Prochaine action

- Identifier le paramètre le plus pénalisant
- Modifier prix, coûts, cible, offre ou canal
- Refaire uniquement les étapes concernées

Ma décision :

Ma prochaine action concrète :

QUE FAIRE ENSUITE ?

🔵 TESTER DAVANTAGE

CE QUE CE VERDICT SIGNIFIE

Les chiffres pourraient fonctionner, mais ils reposent encore sur des hypothèses importantes insuffisamment vérifiées.

Prochaine action

- Choisir l'hypothèse la plus dangereuse
- Construire le test le moins coûteux
- Chercher un comportement plutôt qu'une opinion

Ma décision :

Ma prochaine action concrète :

QUE FAIRE ENSUITE ?

🔴 ABANDONNER OU REPENSER PROFONDÉMENT

CE QUE CE VERDICT SIGNIFIE

Plusieurs éléments essentiels sont incompatibles dans la configuration actuelle. Ne modifiez pas artificiellement les chiffres pour obtenir la conclusion souhaitée.

Prochaine action

- Changer de problème, cible, offre ou prix
- Revoir le mode de distribution ou la structure de coûts
- Arrêter avant d'augmenter l'engagement si aucune correction crédible n'existe

Ma décision :

_____

_____

Ma prochaine action concrète :

_____

_____

_____

CAS LÉA

Verdict : MODIFIER

Dimension	Verdict	Pourquoi
Besoin	🟢	Le besoin de variété et de gain de temps apparaît réel.
Client	🟢	Une cible plus précise a été identifiée.
Offre	🟠	L'intérêt existe, mais le prix et l'abonnement créent des résistances.
Acquisition	🟠	Des prospects sont accessibles, mais la transformation reste incertaine.
Marge	🟠	9 € seulement par box.
Survie	🟠	Environ 100 box / mois.
Viabilité personnelle	🔴	Environ 300 box / mois pour dégager 1 800 € de revenu cible simplifié.
Temps	🟠	Le volume implique déjà un temps opérationnel significatif.

Léa ne doit pas nécessairement abandonner. Elle doit tester une modification du modèle : prix différent, achat sans abonnement, formule trimestrielle, composition moins coûteuse, frais de livraison séparés, autre cible ou panier moyen supérieur.

ANGLES MORTS

9 faux signaux de validation

CHECKLIST FINALE

Avant d'investir davantage

- ☐ Je peux expliquer le problème sans parler immédiatement de ma solution.
- ☐ J'ai observé des preuves que ce problème existe réellement.
- ☐ Je sais précisément qui pourrait payer.
- ☐ Je sais où trouver ces personnes.
- ☐ J'ai formulé une offre avec un prix.
- ☐ J'ai comparé cette offre aux alternatives existantes.
- ☐ J'ai confronté mon offre à de vrais clients potentiels.
- ☐ Je distingue les compliments des comportements d'achat.
- ☐ J'ai identifié un moyen réaliste d'obtenir mes premiers clients.
- ☐ Je connais mes principaux coûts liés à chaque vente.
- ☐ Je connais approximativement ma marge par vente.
- ☐ J'ai estimé mes dépenses fixes.
- ☐ Je connais mon seuil de survie.
- ☐ Je connais mon seuil de viabilité personnelle.
- ☐ Le volume nécessaire paraît compatible avec mes tests commerciaux.
- ☐ Le temps nécessaire reste acceptable au regard du revenu visé.
- ☐ J'ai estimé l'investissement initial.
- ☐ J'ai identifié mes trois hypothèses les plus dangereuses.

FICHE RÉUTILISABLE

La fiche 6V — page 1

1 — BESOIN

Le problème :

Preuve de son existence :

Verdict : 🟠 🔴

2 — CLIENT

Qui paie ?

Où puis-je le trouver ?

Verdict : 🟠 🔴

3 — OFFRE

Mon offre :

Prix :

Meilleure preuve obtenue :

Verdict : 🟠 🔴

FICHE RÉUTILISABLE

La fiche 6V — page 2

4 — ACQUISITION

Comment obtenir mes premiers clients ?

Résultat du test :

Verdict : 🟠 🔴 ⏸

5 — ÉCONOMIE

Prix	____ €
Coût variable	____ €
Marge par vente	____ €
Temps par vente	____ min

Verdict : 🟠 🔴 ⏸

6 — ÉQUILIBRE ET RÉMUNÉRATION

Dépenses fixes mensuelles :

Seuil de survie :

Revenu minimum souhaité :

Seuil de viabilité personnelle :

Temps de travail à ce volume :

Investissement initial :

FICHE RÉUTILISABLE

Ma décision finale

Hypothèse critique n°1 :

Hypothèse critique n°2 :

Hypothèse critique n°3 :

MON VERDICT

🟠 POURSUIVRE 🔴 MODIFIER | TESTER DAVANTAGE | ABANDONNER / REPENSER

Ma prochaine action :

La prochaine preuve que je dois obtenir :

CONCLUSION

Une idée séduisante n'est pas encore une idée viable

Votre objectif n'était pas de démontrer que votre idée est bonne. Il était de chercher ce qui pourrait la rendre mauvaise.

SI LE VERDICT EST « MODIFIER » OU « TESTER DAVANTAGE »
Vous savez désormais où se situe l'incertitude. Votre prochaine étape consiste à la réduire.

Quand une analyse plus approfondie devient utile

- Investissement important
- Emprunt
- Associés
- Salariés
- Coûts fixes élevés
- Réglementation particulière
- Plusieurs scénarios économiques possibles
- Besoin important de trésorerie avant les premières ventes
- Décision difficilement réversible

À ce stade, la question n'est plus seulement « mon idée semble-t-elle viable ? », mais « quelles seraient les conséquences si mes principales hypothèses étaient fausses ? »

METTEZ L'IDÉE À L'ÉPREUVE AVANT D'AUGMENTER LE RISQUE.