

G comme ... Get out of the Building

Cette expression est issue d'un cours en ligne donné par Steve Blank, un des promoteurs de la méthodologie du lean startup (Eric Ries) et du business model canvas (Alexander Osterwalder).

Son travail a consisté à synthétiser ces deux approches pour proposer aux entreprises un modèle de développement innovant et en tout cas qui va à l'encontre de ce qui se faisait auparavant.

Mais ce qui est réellement intéressant est le fait qu'il a réussi à modéliser un principe de bon sens que tout le monde peut comprendre et accepter : celui de faire valider une idée par un maximum de personnes avant de la mettre en œuvre.

« Get out of the building » pour l'entreprise qu'est ce que c'est ?

Le principe qui régit cette expression est que lorsque vous avez une idée, elle est nécessairement bonne ... pour vous ! Or, si vous n'avez pas la certitude que cette idée est jugée bonne par ceux qui peuvent être vos clients potentiels, il est très risqué de vous lancer à l'aventure.

En d'autres termes, comme le fait de se lancer en affaires est risqué par nature, il faut tenter par tous les moyens de limiter les risques en passant en revue toutes les étapes du processus qui va de l'idée de départ jusqu'à sa mise en œuvre. Et à chaque étape il faut tester sa pertinence en posant les bonnes questions.

L'étape intitulée « Get out of the building » est donc cruciale car elle permet de quitter son bureau et d'aller dans le vrai monde rencontrer de vraies personnes qui sont susceptibles de devenir un jour de vrais clients.

Cas pratique

ABECEDAIRE PRATIQUE DE L'ENTREPRENEUR

Voici l'exemple d'un projet d'entreprise réel qui illustre le propos. Deux personnes étaient parties du constat que lorsqu'on a des valises vides chez soi, cela prend de la place et ils voulaient donc proposer le stockage de ces valises vides dans une sorte de consigne qu'ils gèreraient.

Ils trouvaient leur idée excellente mais ne s'étaient pas frottés à la réalité. Appliquant le principe de « get out of the building », ils sont allés à la sortie d'un grand magasin spécialisé dans la vente de valises. Le problème pour eux est qu'en faisant cela et en demandant aux personnes si le fait de stocker chez eux leurs valises vides les gênait, la réponse était non ...

Ils ont donc décidé de trouver une autre idée, toujours basée sur les valises et de proposer une bourse d'échange dans laquelle chacun pourrait proposer ses valises non utilisées et, le cas échéant trouver des valises dont il aurait besoin. Un sondage réalisé dans le même magasin a donné une réponse plutôt positive mais pas encore parfaite.

Finalement, ils ont évolué et ont remplacé les valises par des sacs à main et là la réponse a été très positive.

En d'autres termes, le fait de sortir de leur bureau et de se confronter à la réalité a été très bénéfique et non seulement leur a évité l'échec de leur projet initial mais leur a de plus permis de trouver la bonne idée ...

Alors, comment pratiquer le « get out of the building » ?

Pour pratiquer le « get out of the building » efficacement, il faut deux ingrédients :

- il faut aller voir les personnes qui sont susceptibles de devenir vos clients et les interroger, non pas sur la validité de votre idée, mais sur les problèmes qu'elles rencontrent (tout en gardant à l'esprit que votre idée est potentiellement LA solution à ces problèmes)
- il ne faut pas hésiter à se remettre en cause si les réponses que vous avez à vos questions ne correspondent pas à ce que vous attendiez

Le second point est de loin le plus important car nombre de jeunes entrepreneurs sont tellement persuadés que leur idée est excellente qu'ils risquent de s'entêter ...