

Lean Startup Canvas

Le business model en une page

Piloter

CONTEXTE

Comment formaliser en une seule page l'ensemble des hypothèses clés du projet, du problème jusqu'aux revenus ?

Résister à la tentation de commencer par la solution : le problème et les alternatives existantes viennent toujours en premier.

Le Lean Canvas adapte le Business Model Canvas aux startups : il remplace les blocs statiques par le problème, la solution et l'avantage déloyal.

ETAPES

- 1 Formule le problème principal et liste les alternatives existantes utilisées aujourd'hui.
- 2 Esquisse une solution simple pour chacun des problèmes identifiés.
- 3 Définis ta proposition de valeur unique en une phrase claire et différenciante.
- 4 Identifie tes segments de clientèle prioritaires et tes premiers early adopters.
- 5 Complète indicateurs clés, canaux, coûts et revenus pour boucler le canevas.

CRITERES A MAITRISER

Le problème est formulé avant la solution, jamais l'inverse · L'UVP tient en une phrase mémorable · Les early adopters sont identifiés précisément

APERÇU DU CANEVAS (LEAN CANVAS)



Lean Startup Canvas

Le canevas complet

Piloter

CONTEXTE

Le Lean Canvas se lit de gauche à droite : problème, solution, valeur unique, avantage, clients.

L'avantage déloyal est ce qui ne peut être ni acheté ni copié facilement par un concurrent.

Contrairement au BMC, chaque bloc est pensé pour l'incertitude : ce sont des hypothèses, pas des certitudes.

CANEVAS VIERGE — À REMPLIR EN ÉQUIPE

PROBLÈME

Les 1 à 3 problèmes principaux, et les alternatives déjà utilisées par le client.

SOLUTION

Une esquisse de solution pour chacun des problèmes listés.

INDICATEURS CLÉS

Les chiffres clés qui montrent si le projet avance vraiment.

PROPOSITION DE VALEUR UNIQUE

Le message clair et unique qui explique pourquoi tu es différent et digne d'attention.

AVANTAGE DÉLOYAL

Ce qui ne peut être facilement copié ou acheté par un concurrent.

CANAUX

Les chemins vers les clients : acquisition, distribution.

SEGMENTS CLIENTS

Les clients cibles, et parmi eux les early adopters à convaincre en premier.

STRUCTURE DE COÛTS

Les coûts d'acquisition client, de distribution, d'hébergement, de personnel.

FLUX DE REVENUS

Le modèle de revenu, le prix, la valeur vie client.

Lean Startup Canvas

RESPIRE au lancement

Piloter

CONTEXTE

Au lancement, le canevas est volontairement incomplet : plusieurs blocs restent des hypothèses à tester, pas des certitudes.

L'avantage déloyal est souvent le bloc le plus fragile au lancement — il se construit avec le temps, pas avant.

Un Lean Canvas de lancement sert surtout à décider quoi tester en premier, pas à prouver que tout est déjà validé.

EXEMPLE — RESPIRE À SON LANCEMENT

PROBLÈME

Composants controversés dans les déodorants du commerce ; alternative actuelle : déodorants classiques ou faits maison.

SOLUTION

Premier lot de déodorant naturel formulé avec un labo partenaire, à tester avec une centaine de clients pilotes.

INDICATEURS CLÉS

Nombre de pré-commandes, taux de conversion de la landing page, retours qualitatifs des premiers testeurs.

PROPOSITION DE VALEUR UNIQUE

Le déodorant naturel dont tu connais chaque ingrédient — hypothèse à valider avec les premiers clients.

AVANTAGE DÉLOYAL

Pas encore consolidé : l'avance de la fondatrice sur le sujet, une communauté naissante à construire.

CANAU

Landing page de pré-vente et réseaux sociaux personnels de la fondatrice, avant tout canal payant.

SEGMENTS CLIENTS

Premier cercle : réseau personnel sensible à la santé et à l'environnement, à élargir ensuite.

STRUCTURE DE COÛTS

Développement de la formule, premier lot de production limité, lancement de la landing page.

FLUX DE REVENUS

Pré-commandes du premier lot en ligne — pas encore de revenu récurrent établi.