

Le parcours en 4 étapes

Avant de scaler, il faut valider deux choses dans l'ordre : que le problème mérite une solution, puis que le marché veut payer pour elle.



PRINCIPE

Paramètre	Clients Problem-Solution Fit
Intérêt	Fort intérêt dès le stade seed / pré-seed, pendant la recherche de solutions.
Client cible	Des early evangelists prêts à prendre un risque pour utiliser ton produit.
Validation	On valide les idées produit avec un petit groupe d'early evangelists.
Valeur vs Prix	Focus total sur la valeur créée. Le prix sert à comprendre le client (pas le profit).
Développement client	Se concentrer sur peu de clients en résolvant un problème profond.

Inspiré du cadre Problem-Solution Fit / Product-Market Fit

À REMPLIR

Canevas de travail : Problem-Solution Fit

Complète chaque bloc avec ton équipe avant de démarrer les entretiens clients.



Problème identifié

Quel problème précis observes-tu ? Pour qui ? Depuis quand ?



Segment « early evangelists »

Qui ressent ce problème le plus fort et serait prêt à tester une solution imparfaite ?



Hypothèses à tester

Liste 3 hypothèses clés sur le problème et la solution envisagée.



Entretiens réalisés

Nombre d'entretiens : ____ / 10 — Principaux constats :

Fiche d'entretien de découverte

5 questions à poser à chaque early evangelist, dans cet ordre.

1

Quel est le problème le plus frustrant que vous rencontrez avec [sujet] ?

Fais parler du vécu réel, pas d'idées abstraites.

2

Comment gérez-vous ce problème aujourd'hui ?

Identifie les alternatives et bricolages actuels.

3

Combien de temps ou d'argent cela vous coûte-t-il ?

Mesure l'intensité réelle de la douleur.

4

Si une solution existait, seriez-vous prêt à l'essayer dès maintenant ?

Teste l'urgence, pas la politesse.

5

Qu'est-ce qui vous ferait payer pour cette solution ?

Cherche le déclencheur d'achat, pas juste l'intérêt.

CHECKLIST

As-tu atteint le Problem-Solution Fit ?

Coche chaque case avant de passer à la phase Product-Market Fit.

- ☐ Au moins 10 entretiens réalisés avec le segment cible
- ☐ Le problème est confirmé « douloureux » par 70 %+ des personnes interviewées
- ☐ Des early evangelists sont prêts à tester une solution imparfaite
- ☐ Tu comprends pourquoi les alternatives actuelles échouent à résoudre le problème
- ☐ Tu peux décrire ta solution en une phrase que ton client cible reconnaît immédiatement

Règle simple : si tu ne coches pas au moins 4 cases sur 5, retourne interviewer avant de construire davantage.