

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur  
et de la Recherche Scientifique

Ecole Nationale Supérieure de Management  
Koléa



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

المدرسة الوطنية العليا للمناجنت  
القليعة

## MEMOIRE DE FIN D'ETUDE

En vue de l'obtention d'un Master professionnel en

« Management par la qualité »

**L'application du lean startup dans une startup Algérienne :  
étude de cas « hanooty DZ »**

**Elaboré par :**

NOUADRI Bouthaina

**Encadré par :**

DJENNADI Lydia

BELIMANE Wissam

**Année universitaire : 2023-2024**

## **Résumé**

Le concept de "startup" attire de plus en plus l'attention dans le domaine des affaires et de l'entrepreneuriat en raison de leur esprit novateur et de leur volonté constante de générer de la valeur pour les clients. Néanmoins, même si elles présentent un potentiel prometteur, les startups sont confrontées à des défis importants, ce qui se manifeste par des taux d'échec importants. Dans ce contexte, l'application du Lean startup, une approche globale axée sur la validation rapide des idées basées sur un cycle BML (Build, Measur, Learn) vise à optimiser le processus de développement et de lancement de nouveaux produits ou services. Cette approche, vise également à favoriser l'innovation tout en minimisant les risques et les ressources gaspillées. L'objectif de cette recherche est de fournir une analyse détaillée de l'application du Lean Startup chez Hanooty DZ, d'identifier les avantages et les défis spécifiques rencontrés, et de proposer des suggestions pratiques pour les entrepreneurs algériens. L'étude est basée sur une démarche qualitative qui s'appuie sur des entretiens et analyse documentaire. Les résultats de l'étude montrent que l'application du Lean Startup a permis à Hanooty DZ d'améliorer sa réactivité aux besoins des clients. Cette recherche contribue à enrichir la littérature existante sur les startups algériennes et ouvrira de nouvelles perspectives de recherche dans le domaine du management des startups.

**Mots clés :** Startup, Lean startup, Validation rapide, Cycle BML

## **Abstract**

The concept of a "startup" is increasingly attracting attention in the field of business and entrepreneurship due to their innovative spirit and constant desire to create value for customers. Nevertheless, even though they present promising potential, startups face significant challenges, which is reflected in high failure rates. In this context, the application of Lean Startup, a comprehensive approach focused on the rapid validation of ideas based on a BML (Build, Measure, Learn) cycle, aims to optimize the process of developing and launching new products or services. This approach also seeks to foster innovation while minimizing risks and wasted resources. The objective of this research is to provide a detailed analysis of the application of Lean Startup at Hanooty DZ, identify the specific benefits and challenges encountered, and propose practical suggestions for Algerian entrepreneurs. The study is based on a qualitative approach that relies on interviews and documentary analysis. The results of the study show that the application of Lean Startup has allowed Hanooty DZ to improve its responsiveness to customer needs. This research contributes to enriching the

existing literature on Algerian startups and will open new research perspectives in the field of startup management.

**Keywords:** Startup, Lean Startup, Rapid Validation, BML Cycle

## ملخص

يجذب مفهوم "الشركة الناشئة" الاهتمام بشكل متزايد في مجال الأعمال وريادة الأعمال بسبب روح الابتكار والرغبة المستمرة في خلق قيمة للعملاء. ومع ذلك، وعلى الرغم من أنها تمثل إمكانات واعدة، إلا أن الشركات الناشئة تواجه تحديات كبيرة، وهو ما ينعكس في ارتفاع معدلات الفشل. في هذا السياق، يهدف تطبيق Lean Startup، وهو نهج شامل يركز على التحقق السريع من الأفكار بناءً على دورة (BML البناء والقياس والتعلم)، إلى تحسين عملية تطوير وإطلاق منتجات أو خدمات جديدة. ويسعى هذا النهج أيضًا إلى تعزيز الابتكار مع تقليل المخاطر والموارد المهدرة. الهدف من هذا البحث هو تقديم تحليل مفصل لتطبيق Lean Startup في Hanooty DZ، وتحديد الفوائد والتحديات المحددة التي تمت مواجهتها، واقتراح اقتراحات عملية لرواد الأعمال الجزائريين. تعتمد الدراسة على المنهج النوعي الذي يتعلق بالمقابلات والتحليل الوثائقي. تظهر نتائج الدراسة أن تطبيق Lean Startup قد سمح لشركة Hanooty DZ بتحسين استجابتها لاحتياجات العملاء. يساهم هذا البحث في إثراء الأدبيات الموجودة حول الشركات الناشئة الجزائرية وسيفتح آفاقًا بحثية جديدة في مجال إدارة الشركات الناشئة.

**الكلمات المفتاحية :** شركة ناشئة، Lean Startup، التحقق السريع، دورة BML

## REMERCIEMENT

La première et la dernière chose est pour Allah qui me donne la capacité suffisante pour terminer ce travail.

Je tiens à exprimer ma profonde gratitude envers toutes les personnes qui m'ont soutenu tout au long de cette aventure académique.

Tout d'abord, je suis reconnaissante envers mon encadrant, Dr. DJENNADI Lydia, et Dr Belimane Wissam pour ses conseils éclairés, son soutien constant et surtout sa patience infinie tout au long de mon parcours en tant qu'étudiante. Sa disponibilité et sa réactivité face à mes interrogations et mes demandes ont été d'une aide inestimable.

Je souhaite également adresser mes remerciements aux membres du jury qui ont pris le temps de lire et d'examiner attentivement mon travail.

Un merci spécial à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce mémoire. Votre soutien a été précieux et je vous en suis sincèrement reconnaissante.

Je rends grâce à Dieu, notre créateur, pour m'avoir accordé la force, la volonté et le courage nécessaires pour mener à bien ce modeste travail.

À ma mère, je dédie ce mémoire. Elle est la source de tendresse et de lumière qui guide mes pas vers la réussite. Ses sacrifices, ses conseils et sa présence constante dans ma vie ont été mes plus grands atouts.

À mon père, je témoigne ma reconnaissance pour ses efforts, ses conseils avisés et sa vigilance à mon égard.

À mes chers frères, Assaad et Islem, je vous adresse un immense merci. Votre soutien indéfectible a été une source de réconfort et de motivation tout au long de ce parcours.

À mes précieux amis, Ines, Hemama, Bouthaina et n'oublier jamais Said et Mina, maroua, Brahum, Amina et tous mes proches je vous souhaite tout le bonheur du monde et je vous remercie pour votre amitié sincère et votre soutien constant.

À toutes les personnes que je connais, sans exception, je vous exprime ma gratitude pour votre présence dans ma vie et votre soutien dans cette entreprise.

Enfin, je souhaite transmettre mes bénédictions à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail. Vos encouragements et votre soutien ont été d'une importance capitale pour moi.

Que chacun trouve ici l'expression de ma profonde reconnaissance et de ma gratitude sincère.  
Merci infiniment.

## Table de matière

Résumé .....	I
REMERCIEMENT.....	III
Liste des tableaux : .....	VI
Liste des figures : .....	VII
Introduction générale .....	1
Chapitre 01 : .....	5
Cadre théorique .....	5
Section 01 : La revue de littérature .....	6
1- Les études sur les STARTUP : .....	6
2- La méthode Agile : .....	9
3- Le Lean STARTUP : .....	11
4- Analyse et positionnement de notre étude : .....	14
Section 02 : Cadre conceptuel.....	16
1- Les Startup : .....	16
1.1- Les caractéristiques d'une startup : .....	16
1.2- Le Cycle de vie d'une Start-up : .....	19
1.3- Pourquoi tant de start-up échouent-elles? .....	21
2- La Méthode Agile : .....	22
2.1- les caractéristiques des méthodes agiles : .....	24
2.2- Les Avantages des méthodes agiles : .....	25
2.3- Les type des méthodes agiles : .....	26
3- Le Lean startup : .....	30
3.1- Les principes du Lean startup : .....	31
3.2- Le processus Lean startup : .....	32
3.3- Minimum Viable Product (MVP) : .....	34
3.4- Lean Canvas : .....	37
3.5- Le canvas de valeurs proposé : (VPC) .....	39
Chapitre 02 : .....	43
Cadre méthodologique et organisationnel .....	43
Section 01 : présentation de la méthode de recherche.....	44
1.1- La posture épistémologique : .....	44
1.2- Approche Méthodologique : .....	45

1.3- Méthodes de collecte des données : .....	46
1.3.1- L'analyse documentaire : .....	46
1.3.2- Les entretiens : .....	46
1.4- Les outils d'analyse des données : .....	48
L'analyse de contenu manuelle : .....	48
Section 02 : Présentation de l'organisme d'accueil .....	50
1- Présentation de la startup Hanooty .....	50
2- L'historique de hanooty .....	50
2.1- Les services de hanooty .....	51
2.2- La structure organisationnelle : .....	51
2.3- La fiche d'identité de l'organisme d'accueil : .....	54
Chapitre : 03.....	56
Résultats et discussion .....	56
Section 01 : Présentation et analyse des résultats .....	57
3.1- Résultats des Entretiens Semi-Directifs .....	57
Thème 1 : Perception de l'Approche Lean Startup.....	57
Thème 2 : Adaptation au Contexte Algérien .....	58
Thème 3 : Le rôle des principes de lean startup sur l'amélioration chez hanooty .....	59
Section 02 : Discussion des résultats .....	61
Résultats de l'analyse documentaire : .....	62
2.1- Business Model Canvas (BMC) : .....	62
2.2 Lean Canvas : .....	66
2.3 Canvas de Valeur (VPC):.....	71
2.4- Cycle BML cas hannoty : .....	75
Conclusion générale .....	77
Bibliographie .....	84
Bibliographie.....	85
Les Annexes.....	89

**Liste des tableaux :**

**Tableau 1: Profil des interviewés.**

## Liste des figures :

<b>Figure 1 Schéma représentant le BMC d'une Start-up.....</b>	<b>17</b>
<b>Figure 2 : Schéma représentant le Cycle de vie d'une Start-up.....</b>	<b>19</b>
<b>Figure 3: Phases de développement d'AgilePF.....</b>	<b>28</b>
<b>Figure 4: Schéma de déroulement d'un Sprint.....</b>	<b>29</b>
<b>Figure 5: Cycle Scrum basé sur 5 Sprints – Itérations.....</b>	<b>30</b>
<b>Figure 6: Le processus synthétique BML adaptée de Ries (2011). .....</b>	<b>32</b>
<b>Figure 7: le processus Lean startup .....</b>	<b>33</b>
<b>Figure 8: Les étapes clés pour valider les hypothèses .....</b>	<b>35</b>
<b>Figure 9: Le Lean CANVAS .....</b>	<b>37</b>
<b>Figure 10: Le CANVAS de valeurs proposer .....</b>	<b>39</b>
<b>Figure 11: les offres de hanooty .....</b>	<b>51</b>
<b>Figure 12: Organigramme de hanooty .....</b>	<b>52</b>
<b>Figure 13: Fiche signalétique .....</b>	<b>55</b>

**Liste des annexes :**

- Le guide d'entretien
- Le business Plan de hanooty

## **LISTE DES ABREVIATIONS**

**Cycle BML:** Cycle Build-Measure-Learn

**LC :** Lean canvas

**LS :** Lean Startup

**MVP:** Minimum Viable Product

**VPC :** value proposition canvas

# **Introduction générale**

L'approche Lean Startup, introduite par Eric Ries en 2011, a profondément transformé la manière dont les nouvelles entreprises sont créées et développées. Cette approche repose sur des principes d'agilité, d'expérimentation rapide, et d'apprentissage continu, permettant aux entrepreneurs de valider leurs idées avec un minimum de ressources et de risques. (Ries, 2011) souligne que l'objectif principal du Lean Startup est de maximiser l'efficacité opérationnelle et d'optimiser le processus de développement de nouveaux produits ou services. Cela se fait grâce à une boucle itérative "Construire-Mesurer-Apprendre", qui encourage l'innovation tout en minimisant les ressources gaspillées.

Selon (Blank S. , 2013), le Lean Startup s'inscrit dans une approche plus large de gestion de l'innovation, où les hypothèses commerciales sont testées systématiquement et validées par des données réelles du marché. Cette méthodologie est particulièrement adaptée aux environnements incertains et changeants, comme ceux rencontrés par les startups. (Blank & Dorf, 2012) ajoutent que cette approche permet de pivoter rapidement en réponse aux retours des utilisateurs, réduisant ainsi le risque d'échec commercial.

Dans le contexte algérien, les startups font face à des défis uniques liés à des contraintes économiques, un accès limité aux financements et des infrastructures technologiques en développement. Hanooty DZ, une startup fondée en 2022, offre une illustration concrète de l'application du Lean Startup dans un tel environnement. Comme le soulignent (Ries & al, 2012) l'adaptabilité et la réactivité sont essentielles pour les startups évoluant dans des marchés émergents, où les conditions peuvent changer rapidement et de manière imprévisible.

La recherche sur le Lean Startup a principalement été concentrée sur des contextes occidentaux, avec des études de cas en Amérique du Nord et en Europe (Ries, 2011 ; Blank, 2013). Cependant, il existe un manque de recherche empirique approfondie sur son application dans les pays en développement, notamment en Algérie. Cette étude vise à combler cette lacune en explorant comment Hanooty DZ utilise le Lean Startup pour améliorer son efficacité opérationnelle et répondre aux attentes de ses utilisateurs.

La méthode de recherche adoptée dans ce mémoire est principalement qualitative, une approche recommandée par (Sharan, 2002) pour explorer les pratiques de gestion et identifier les principaux défis rencontrés par les startups. Des entretiens semi-structurés avec les dirigeants de Hanooty DZ permettront de recueillir des données détaillées sur leur expérience et leur point de vue. Selon (Yin, 2014), l'analyse de contenu est une méthode appropriée pour

traiter ces données qualitatives, permettant une compréhension approfondie des dynamiques internes de la startup.

Dans le but de mieux appréhender la perception et l'application potentielle du Lean startup au sein des startups algériennes, et en nous basant sur plusieurs études (Ries, 2011 ; Blank, 2013 ; Ghezzi, 2020) nous formulons notre question de recherche comme suit :

### **Comment appliquer le lean startup dans une startup Algérienne ?**

Et les sous questions :

- Quels sont les avantages et les inconvénients de l'application de l'approche Lean Startup dans le contexte algérien ?
- Quels sont les obstacles liés aux l'application de l'approche Lean startup ?

L'objectif de cette recherche est de fournir une analyse détaillée de l'application du Lean Startup chez Hanooty DZ, d'identifier les avantages et les défis spécifiques rencontrés, et de proposer des suggestions pratiques pour les entrepreneurs algériens.

Cette recherche vise à fournir une compréhension globale de l'application de la méthodologie Lean Startup dans le contexte de la startup algérienne Hanooty DZ. Il analysera la mise en œuvre par Hanooty DZ des principes du Lean Startup, y compris ses pratiques spécifiques pour transformer des idées en produits minimalement viables, les tester sur le marché et répondre rapidement aux commentaires des utilisateurs. L'étude identifiera également les avantages spécifiques que Hanooty DZ tire du Lean Startup, tels que des cycles de développement réduits, une allocation améliorée des ressources, la satisfaction des clients et la capacité de s'adapter rapidement en fonction des besoins du marché. La recherche mettra également en évidence les défis et les obstacles rencontrés par Hanooty DZ lors de l'adoption de pratiques Lean Startup dans un contexte économique et culturel spécifique.

L'introduction offre une vue d'ensemble du contexte et de l'intérêt du thème abordé, ainsi que des objectifs de la recherche et de la problématique qui sera traitée.

Le chapitre I est consacré au cadre théorique et se divise en deux sections. La première section présente une revue de littérature qui examine les travaux existants sur le sujet. La deuxième section aborde les concepts et notions essentiels liés à notre thème de recherche, notamment les startups, la méthode agile et le Lean startup.

Le chapitre II se concentre sur le cadre méthodologique et comprend également deux sections distinctes. La première section traite du choix épistémologique effectué dans notre recherche, ainsi que de la présentation des méthodes, des outils et de l'échantillonnage utilisés. La deuxième section présente les organismes d'accueil et la startup étudiée.

Le chapitre III est également divisé en deux sections. La première section présente les résultats de l'étude qualitative menée, tandis que la deuxième section propose une discussion approfondie de ces résultats, en le comparant avec les conclusions de notre revue de littérature.

Enfin, la conclusion synthétise les principaux résultats obtenus dans notre étude, met en évidence les limites de celle-ci, et propose des pistes pour de futurs travaux de recherche dans le domaine.

Cette structure permet d'offrir une progression logique du document, en présentant successivement le contexte et les objectifs de la recherche, le cadre théorique, le cadre méthodologique, les résultats obtenus, et enfin une conclusion qui récapitule les principaux points abordés et propose des perspectives pour des travaux futurs.

**Chapitre 01 :**  
**Cadre théorique**

L'évolution rapide du monde des affaires et de l'entrepreneuriat a donné naissance à de nouvelles approches et méthodologies visant à stimuler l'innovation, la croissance et la réussite des startups. Parmi ces méthodes novatrices, le Lean Startup se distingue par son approche agile, axée sur l'expérimentation, l'itération et l'adaptation continue. Dans ce contexte, il est essentiel de comprendre en profondeur les principes fondamentaux du Lean Startup et son impact sur la création et la gestion d'entreprises innovantes.

## **Section 01 : La revue de littérature**

Le Lean Startup représente une méthode novatrice qui a surgi initialement dans le domaine du logiciel avant de rayonner dans divers autres secteurs. Bien que son influence soit de plus en plus significative pour les entrepreneurs à travers le globe, il y a encore un manque notable d'études empiriques approfondies sur sa pertinence et son efficacité dans la pratique quotidienne. Souvent, les recherches existantes se limitent à des exemples particuliers, comme des entreprises individuelles ou des domaines spécifiques, ou bien se concentrent sur son intégration dans les programmes d'enseignement à l'entrepreneuriat.

Lorsqu'elle est appliquée de manière adéquate, la gestion Lean va au-delà de simples mesures de réduction des coûts, d'amélioration de la qualité et de l'efficacité, ou encore d'optimisation de la livraison. Elle devient une source authentique de créativité, d'innovation, d'engagement des employés, de satisfaction client et de succès global de l'entreprise (Schonberger, 2019).

Dans notre analyse, nous commençons par examiner l'écosystème des startups, car saisir l'impact de ces acteurs novateurs sur le monde entrepreneurial établissant les fondations indispensables pour explorer ensuite la méthode agile, qui joue un rôle essentiel dans la dynamique opérationnelle des entreprises émergentes. Finalement, cette exploration nous conduira à explorer le concept du Lean Startup, en analysant comment il interagit avec les méthodes agiles pour influencer la création et la gestion d'entreprises innovantes dans un contexte en perpétuelle mutation.

### **1- Les études sur les STARTUP :**

L'étude de (Held & Zielske, 2019) fournit une base solide pour une étude approfondie sur l'utilisation des méthodologies agiles dans les startups de la logistique, offrant de nouvelles perspectives de recherche et d'innovation dans ce domaine en constante évolution. L'étude

qualitative, menée auprès des employés de la logistique mondiale, met en évidence les avantages, les défis et l'impact des méthodologies agiles sur le succès de ces startups. Les résultats soulignent l'importance de l'agilité dans la recherche de produits, la création de valeur client et la structuration des processus internes. L'étude souligne la nécessité pour les startups de la logistique de s'adapter rapidement aux changements du marché et de favoriser une culture organisationnelle flexible pour bénéficier pleinement des méthodologies agiles. Les résultats offrent des informations précieuses aux praticiens de la logistique qui cherchent à améliorer l'efficacité opérationnelle et la capacité d'innovation. Cependant, les limites incluent la taille de l'échantillon, la subjectivité des participants et les limites des questionnaires par courrier électronique en termes de profondeur et de qualité des réponses.

Les auteurs (Ariani & Apol, 2022), offrent une analyse approfondie de l'impact de l'écosystème des startups sur le développement des entreprises. En utilisant une méthodologie qualitative d'analyse de contenu sommative, l'étude examine 46 journaux sélectionnés pour identifier les mots-clés pertinents liés aux éléments clés de l'écosystème de démarrage. Les résultats soulignent l'importance croissante des startups en tant que sujet de recherche, en particulier au cours des dernières années, mettant en évidence comment chaque élément de l'écosystème influence les problèmes actuels du marché. Cette recherche présente des limites, notamment une sélection limitée de journalistes sélectionnés, un biais de publication, un laps de temps restreint, le recours à des termes spécifiques et le manque de données démographiques. Malgré ces limites, il contribue de manière significative à la compréhension de l'impact de l'écosystème des startups. La réalisation de cette étude présente des opportunités précieuses pour les créateurs d'entreprises qui souhaitent améliorer leurs stratégies de recherche et diminuer les taux d'échec des startups.

De plus l'article de (Ankur, 2023), offre une perspective précieuse sur l'importance des incubateurs d'entreprises dans les établissements d'enseignement supérieur pour encourager l'entrepreneuriat étudiant. Cette étude qualitative met en lumière les défis uniques auxquels sont confrontés les étudiants aspirant à créer des startups, ainsi que les opportunités offertes par un environnement académique propice à l'innovation. En examinant le rôle crucial du gouvernement dans le soutien financier et logistique des startups émergentes, cet article souligne l'importance de créer un écosystème favorable à l'entrepreneuriat au sein des campus universitaires.

(Max & Benjamin, 2023), ont effectué une étude approfondie des éléments clés qui impactent la mise en valeur des startups. Cette étude met en évidence l'importance de ces facteurs dans

le processus de valorisation des startups en se focalisant sur les caractéristiques de l'entrepreneur, de l'entreprise, de l'investisseur, des conditions du marché et des conditions de l'accord. . Grâce à la méthodologie qualitative employée dans l'article, une analyse approfondie des divers aspects des facteurs de valorisation a été possible, ce qui a ouvert de nouvelles perspectives pour les chercheurs et les professionnels de l'entrepreneuriat et de la finance.

Les auteurs (Kenedi & Achmad, 2023), proposent une vision précieuse des éléments essentiels du succès des startups numériques, en se focalisant sur une région particulière. Les éléments essentiels pour le succès des startups sont mis en évidence dans cette étude qualitative, ce qui offre des informations pertinentes aux entrepreneurs en herbe. Toutefois, il est possible que des contraintes de recherche soient présentes, telles que la restriction géographique à Yogyakarta, ce qui pourrait restreindre la généralisation des résultats à d'autres contextes. En outre, le choix précis des startups qui ont atteint le stade d'incubation peut engendrer un biais de sélection, ce qui peut avoir un impact sur la représentativité des résultats réalisés. Il est important de prendre en considération ces éléments lorsqu'on interprète et applique les conclusions de cette étude dans d'autres contextes de démarrage numérique.

L'article rédigée par (Baross & Al, 2023) propose un cadre conceptuel novateur pour comprendre les stratégies d'engagement des startups par les grandes entreprises. Cette étude qualitative utilise une méthode d'études de cas multiples pour analyser les expériences de douze grandes entreprises de divers secteurs. Les auteurs identifient quatre stratégies clés d'engagement des startups : l'amélioration innovante, l'expansion de la R&D, la création de plus de valeur pour les CVC et l'articulation de l'écosystème. L'étude souligne l'importance de l'engagement des startups pour les entreprises établies cherchant à améliorer leurs performances en matière d'innovation. En mettant en lumière les différentes stratégies et leurs implications, l'article offre aux gestionnaires des outils précieux pour naviguer dans le paysage complexe de l'innovation et de la collaboration avec les startups.

(Nguyen & Al, 2023), ont mené une perspective approfondie sur les enjeux clés des startups logicielles, mettant en avant des thèmes cruciaux tels que l'innovation, les capacités dynamiques, l'entrepreneuriat axé sur les hypothèses et la gestion de l'innovation. En s'appuyant sur une méthodologie qualitative, l'étude souligne l'importance de comprendre le processus de développement des startups logicielles dans un environnement en constante évolution. Les résultats de cette recherche offrent des pistes précieuses pour les décideurs

politiques et les acteurs de l'industrie du logiciel, les aidants à mieux appréhender les défis spécifiques auxquels sont confrontées ces jeunes entreprises technologiques. L'auteur discute des biais potentiels, des limites et se concentre sur la validation et la diversification des startups de logiciels. Il souligne l'importance de la recherche ascendante, de la collaboration avec d'autres disciplines et de la nécessité de définitions claires, de théories importantes et d'études futures pour garantir la pertinence et la fiabilité des conclusions.

Les études précédentes apportent des perspectives précieuses sur divers aspects des startups. (Held & Zielske, 2019) Mettent en évidence l'importance des méthodologies agiles dans les startups logistiques, malgré les limites de l'échantillon et la subjectivité des réponses. (Ariani & Apol, 2022) Analysent l'écosystème des startups, mais leur étude est limitée par un échantillon restreint et des biais de publication. (Ankur, 2023) Souligne le rôle crucial des incubateurs universitaires, bien que la dépendance au soutien gouvernemental puisse varier. (Max & Benjamin, 2023) explorent les facteurs de valorisation des startups, offrant des perspectives profondes malgré une possible généralisation limitée. (Kenedi & Achmad, 2023) Examinent les startups numériques à Yogyakarta, mais leur étude pourrait manquer de représentativité. (Baross & Al, 2023) Proposent des stratégies d'engagement des grandes entreprises avec les startups, bien que l'application pratique de ces stratégies nécessite une exploration plus large. Enfin, (Nguyen & Al, 2023) mettent en lumière les défis des startups logicielles, soulignant l'importance de la collaboration interdisciplinaire et de la recherche continue pour une compréhension approfondie.

Les méthodes agiles sont utilisées dans les startups logistiques pour promouvoir l'innovation, la flexibilité et l'adaptabilité, garantissant une croissance durable et des performances opérationnelles optimales. Cette approche proactive met en évidence l'importance de l'agilité comme outil stratégique pour stimuler l'innovation et la réussite dans un environnement commercial en constante évolution.

## **2- La méthode Agile :**

(Ghezzi & Cavallo, 2018) examinent l'application des approches Lean Startup aux startups opérant dans des environnements numériques dynamiques. Les auteurs emploient une approche qualitative, en se concentrant sur de multiples études de cas exploratoires, pour examiner la manière dont les startups abordent l'innovation de modèles économiques dans des environnements dynamiques. Ils soulignent l'importance de l'agilité et de l'adaptabilité dans

la conception et l'évolution des modèles commerciaux pour répondre aux demandes du marché. Les startups sont confrontées à des défis uniques pour gérer des ressources limitées et aligner les ressources internes sur les conditions externes.

(Lichtenthaler, 2020), Une analyse approfondie est proposée sur l'importance de fusionner les approches du Design Thinking et du Lean Startup pour améliorer la flexibilité des processus d'innovation. Cette étude théorique met en lumière la complémentarité de ces deux méthodologies et souligne comment leur combinaison peut générer des effets synergiques dans le cadre de la transition numérique et de l'intelligence artificielle. En examinant les atouts spécifiques du Design Thinking lors de la phase initiale de l'innovation, tout en mettant en avant les avantages du Lean Startup durant la phase de développement, cet article offre des perspectives précieuses aux entreprises désireuses d'accroître leur capacité d'innovation.

(Alba & Al, 2023), proposent une approche novatrice en intégrant les méthodologies agiles et l'intelligence émotionnelle dans la gestion d'équipes. Pour améliorer les performances des équipes, cette étude met en avant l'importance de combiner des pratiques agiles avec la promotion de l'intelligence émotionnelle, en utilisant une méthode qualitative. L'analyse du questionnaire avant et après la formulation démontre que les compétences émotionnelles des participants ont été améliorées suite à leur participation à des programmes basés sur des méthodologies agiles, comme en témoignent les résultats de cette étude. L'étude présente des limites, notamment la taille de l'échantillon, la durée du programme de formation, la généralisation des résultats, la nature subjective de la mesure de la compétence émotionnelle et le manque d'analyse détaillée des impacts externes. Malgré ces limites, la recherche offre des informations précieuses sur les méthodologies agiles et l'intelligence émotionnelle.

Cette étude (Petrescu & Sterca, 2023), offrent une vision fascinante de comment les méthodologies Agile sont mises en pratique dans le domaine de l'enseignement en ligne. En mettant l'accent sur l'optimisation de la communication et de l'apprentissage des étudiants, cette recherche qualitative menée auprès d'étudiants en informatique à l'Université Babeş-Bolyai met en lumière les effets positifs des techniques Agile. Les conclusions suggèrent que l'adaptation des principes Agile à l'enseignement en ligne peut conduire à une meilleure assimilation des contenus, une communication plus fluide et potentiellement des améliorations dans le processus éducatif global. Ces découvertes offrent des perspectives précieuses aux éducateurs et chercheurs désireux d'explorer l'intégration des méthodes Agile dans l'enseignement en ligne, notamment dans le contexte de l'apprentissage à distance durant la pandémie de Covid-19. Les limites de l'étude incluent la taille de l'échantillon, son contexte

spécifique, sa durée limitée, le manque de comparaison et sa spécificité, ce qui rend les résultats non directement généralisables.

L'auteur (Archana & Al, 2023) explore des techniques de pointe en utilisant des modèles de langage avancés pour proposer une approche agile visant à repérer les schémas dans les exigences de conception, à établir des tableaux d'exigences et à élaborer des modèles de texte standardisés. Cette étude qualitative repose sur l'analyse d'un ensemble de 310 exigences, démontrant ainsi la praticabilité concrète de la méthodologie présentée. L'article souligne l'importance croissante des outils numériques et des modèles linguistiques dans le domaine exigeant de l'ingénierie des systèmes, offrant ainsi des perspectives précieuses pour les industries confrontées à des défis complexes.

Les études présentent des contributions importantes à la recherche sur l'innovation et les méthodologies agiles dans divers contextes. (Ghezzi & Cavallo, 2018) Soulignent l'importance de l'agilité pour les startups numériques, mais leur approche qualitative peut limiter la généralisation des résultats. (Lichtenthaler, 2020) Met en avant la synergie entre Design Thinking et Lean Startup, mais l'étude théorique manque de validation empirique. (Alba & Al, 2023) montrent les bénéfices des méthodologies agiles et de l'intelligence émotionnelle, mais la taille réduite de l'échantillon et la nature subjective des mesures sont des limites. (Petrescu & Sterca, 2023) Démontrent l'efficacité des techniques Agile dans l'enseignement en ligne, mais leur étude est limitée par son contexte spécifique et une absence de comparaison. Enfin, (Archana & Al, 2023) explorent l'utilisation de modèles de langage avancés dans l'ingénierie des systèmes, offrant des perspectives précieuses malgré la spécificité de leur échantillon.

Le Lean Startup, combiné aux principes agiles, fournit un cadre méthodologique pour promouvoir l'innovation des modèles économiques et la création de valeur dans des environnements technologiques incertains et en évolution rapide. L'étude fournit des informations précieuses sur la manière dont les startups peuvent intégrer les principes du Lean Startup dans leur processus d'innovation de modèle économique pour une croissance et une durabilité à long terme.

### **3- Le Lean STARTUP :**

(Blank S. , 2013) offre un regard approfondi sur la méthode du Lean Start-up et son impact sur le monde de l'entrepreneuriat. En s'appuyant sur des expériences personnelles et des

exemples concrets, Blank met en avant l'importance d'écouter les retours des clients, de procéder à des ajustements rapides et de minimiser les risques pour assurer le succès des entreprises. Cette étude qualitative met en lumière les bénéfices du Lean Start-Up pour la création de produits innovants, la croissance rapide et une gestion efficace des ressources. Les résultats présentés dans l'article soulignent l'efficacité de cette approche tant pour les jeunes pousses technologiques que pour les grandes entreprises telles que GE et Intuit, qui l'ont adoptée avec succès. Les exemples de l'article peuvent ne pas couvrir tous les secteurs ou situations entrepreneuriales, manquer de données empiriques et manquer d'une comparaison systématique du Lean Start-up par rapport à d'autres méthodologies. De plus, il manque de perspectives diverses.

(Ghezzi & Al, 2015) Explorent comment le Business Model Design et l'Approche Lean Startup influent sur les succès des startups mobiles par rapport aux plans d'affaires traditionnels. En analysant quatre exemples d'entreprises dans le secteur des applications mobiles, elle démontre que ces méthodes modernes favorisent une meilleure adaptation aux évolutions du marché et stimulent l'innovation, ce qui se traduit par des performances accrues pour les startups. Les résultats mettent en lumière que l'adoption du Business Model Design et de l'Approche Lean Startup se traduit par des performances supérieures pour les startups mobiles comparativement à l'approche traditionnelle basée sur le plan d'affaires. Ces approches contemporaines permettent aux startups d'ajuster plus rapidement leurs modèles économiques face aux fluctuations du marché, renforçant ainsi leur agilité et leur propension à innover.

(Dennehy, 2019) proposent une étude importante sur l'application du Lean Startup chez Texuna Technologies, mettant en lumière l'importance de créer des MVP (Minimum Viable Products) axés sur les besoins des clients. Les auteurs soulignent les ajustements apportés au processus de développement des MVP, notamment en intégrant des étapes visant à mieux évaluer la pertinence et la faisabilité des produits. Les résultats soulignent la nécessité d'accorder une priorité à l'apprentissage continu et à l'itération rapide dans le processus de développement des produits. En complément, d'autres recherches telles que celles de (Ries, 2011) sur le Lean Start-up et de (Blank, 2013) sur l'impact du Lean Start-up sur le monde de l'entrepreneuriat offrent des cadres théoriques et des perspectives complémentaires. De plus, les travaux de (Märijärvi et al, 2016) sur les startups internes et de (Bosch et al, 2013) sur le développement de startups logicielles offrent des insights pertinents sur les pratiques innovantes dans les entreprises établies.

L'auteur (Ghezzi & Cavallo, 2020) explore comment les entrepreneurs des startups digitales utilisent les approches Lean Startup et les modèles économiques pour valider leurs idées commerciales. L'étude se base sur une méthodologie qualitative impliquant trois startups italiennes qui ont appliqué avec succès les approches Lean Startup pour atteindre un ajustement produit-marché. L'auteur souligne comment les startups numériques utilisent le Lean Startup et les modèles économiques pour valider des idées commerciales, appliquer des heuristiques rapides et frugales et utiliser diverses sources d'informations pour la validation et le développement. Les limites incluent un échantillon limité de trois startups italiennes, une focalisation spécifique sur les startups numériques, une méthodologie qualitative, le recours aux réponses des entrepreneurs, le manque de comparaison avec d'autres approches entrepreneuriales et un contexte spécifique.

(Bortolini, 2021) explore les racines du Lean Startup en revisitant les études passées avec une perspective historique. Il met en évidence l'importance cruciale de cette méthodologie agile et itérative dans la validation des modèles économiques. Les résultats de cette analyse soulignent le Lean Startup comme une approche contemporaine et pragmatique, fondée sur le concept d'apprentissage validé, de pivotement, d'itération et d'expansion progressive. Cette revue littéraire offre un regard approfondi sur les principes fondamentaux du Lean Startup et souligne l'importance de tirer parti des connaissances antérieures pour enrichir la pratique entrepreneuriale actuelle.

L'article rédigé par (Karafili, 2023) explore le parcours de développement de l'Université Polis depuis sa phase de débuts, en se basant sur une approche qualitative. Située en Albanie, cette institution a rapidement gagné en renommée en offrant un enseignement de haute qualité dans des domaines tels que l'architecture, la planification et l'environnement. Initialement axée sur l'exploration et l'établissement des activités universitaires, son attention s'est progressivement portée vers l'amélioration constante des services éducatifs et de la recherche, tout en mettant moins l'accent sur l'innovation au fil des années. L'article met en avant le concept d'ambidextrie organisationnelle comme étant crucial pour l'Université Polis, soulignant ainsi l'importance de capitaliser sur les activités existantes tout en explorant de nouvelles opportunités. De plus, il examine les défis spécifiques auxquels font face les universités des Balkans occidentaux, notamment les politiques éducatives restrictives et la bureaucratie, qui compliquent souvent le paysage éducatif de la région. L'article se concentre sur l'Université Polis, limitant sa généralisabilité à d'autres contextes académiques. Le parti

pris de l'auteur pourrait influencer la présentation des résultats. L'analyse repose sur des données qualitatives, ce qui peut limiter son impact quantitatif.

Les études examinées donnent des insights significatifs sur diverses méthodologies et approches entrepreneuriales, mais présentent certaines limites. (Blank S. , 2013) met en avant les avantages du Lean Startup pour l'innovation, mais manque de données empiriques et de perspectives diversifiées. (Ghezzi & Al, 2015) Démontrent les bénéfices du Business Model Design et du Lean Startup pour les startups mobiles, mais l'analyse de seulement quatre exemples peut limiter la généralisation des résultats. (Bortolini, 2021), offrent une revue historique utile du Lean Startup, mais ne proposent pas de nouvelles données empiriques. (Dennehy, 2019) montrent l'application pratique du Lean Startup chez Texuna Technologies, soulignant l'importance des MVP et de l'apprentissage continu, mais manquent de comparaison systématique avec d'autres études. (Ghezzi & Cavallo, 2020) explore l'utilisation du Lean Startup par des startups italiennes numériques, mais son échantillon limité réduit la portée des conclusions. Enfin, (Karafili, 2023) étudient l'évolution de l'Université Polis en Albanie, mais se concentrent trop sur un seul cas, ce qui limite la généralisabilité des résultats.

En complément à cet article, d'autres sources de littérature peuvent être explorées pour approfondir la compréhension du Lean Startup, telles que des ouvrages de référence comme "The Lean Startup" d'Eric Ries en 2011, des études académiques sur l'innovation et la gestion d'entreprise, ainsi que des articles de recherche sur les pratiques entrepreneuriales et la création de valeur sur le marché. En intégrant ces différentes sources, le mémoire de fin d'étude pourra offrir une perspective complète sur l'application du Lean Startup dans le contexte des startups et de l'innovation.

#### **4- Analyse et positionnement de notre étude :**

Notre étude se distingue par son objectif spécifique d'analyser l'application de la méthode Lean Startup dans une startups Algérienne, avec une attention particulière portée à la manière dont cette méthode influence la création de valeur, l'innovation et la gestion des ressources. Contrairement aux recherches existantes qui se concentrent souvent sur des entreprises technologiques ou des startups de logiciels, notre étude se penche sur une diversité de secteurs pour fournir une perspective plus holistique. En outre, notre étude est originale car elle met l'accent sur l'interaction entre les méthodologies agiles et le Lean Startup, et explore comment cette combinaison peut être optimisée pour améliorer la performance et la durabilité des

startups. En se concentrant sur des startups de petite et moyenne taille, notre recherche vise à combler une lacune dans la littérature actuelle, qui privilégie souvent les grandes entreprises ou les multinationales.

Cette revue de littérature montre que, bien que le Lean Startup et les méthodes agiles aient prouvé leur valeur dans divers contextes entrepreneuriaux, les études existantes présentent des limitations en termes de généralisation et de portée empirique. Notre étude vise à combler ces lacunes en analysant l'application du Lean Startup dans divers secteurs pour mieux comprendre son impact sur l'innovation, la création de valeur et la gestion des ressources.

## Section 02 : Cadre conceptuel

### 1- Les Startup :

Selon (Leite & Al, 2020), La définition de startup proposée par l'auteur se concentre sur la survie de l'entreprise pendant les premières phases critiques du développement, la croissance rapide des revenus et la maturité de son produit au cours de son cycle de vie.

(Ries, 2011) Définit une startup comme « *une institution humaine conçue pour créer de nouveaux produits et services dans des conditions d'incertitudes extrêmes.* » D'après ce concept, une startup est une structure conçue pour créer et mettre en place des nouveautés, en affrontant des incertitudes et en adoptant une approche agile pour s'adapter aux évolutions du marché.

une startup est définie aussi comme « *l'accumulation de ressources, l'introduction d'innovations, leur développement et l'entrée sur le marché.* » (Bryn, 2017), donc une startup est une entreprise en phase de démarrage qui se caractérise par son agilité, son innovation, son développement rapide et son objectif de trouver un modèle commercial viable et évolutif.

(Baross & Al, 2023) définit la Startup comme « *une jeune entreprise avec un potentiel de croissance important et fréquemment axée sur l'innovation et la recherche de nouveaux modèles économiques* ». Selon (Blank s. , 2005) expert en innovation, une startup est une « *organisation temporaire à la recherche d'un business model industrialisable, rentable et permettant la croissance* ». Les startups se distinguent par leur agilité, leur rapidité d'expérimentation et leur capacité à s'adapter aux changements du marché. D'une manière générale, ils se distinguent par une structure organisationnelle flexible, un fort esprit entrepreneurial organisationnelle culture, une forte culture entrepreneuriale et une volonté de trouver des solutions innovantes pour répondre aux demandes du marché et l'accent mis sur la recherche de solutions innovantes pour répondre aux demandes du marché.

#### 1.1- Les caractéristiques d'une startup :

La startup représente une variante d'entreprise susceptible d'adopter de nouveaux modes de fonctionnement et des caractéristiques novatrices. Toutefois, déterminer si une entreprise relève du statut de startup peut s'avérer complexe, comme l'ont souligné (Yahia, Mohammed,

& Rais, 2021) Pour reconnaître une startup, il est essentiel d'analyser ses diverses caractéristiques :

➤ **Temporaire :**

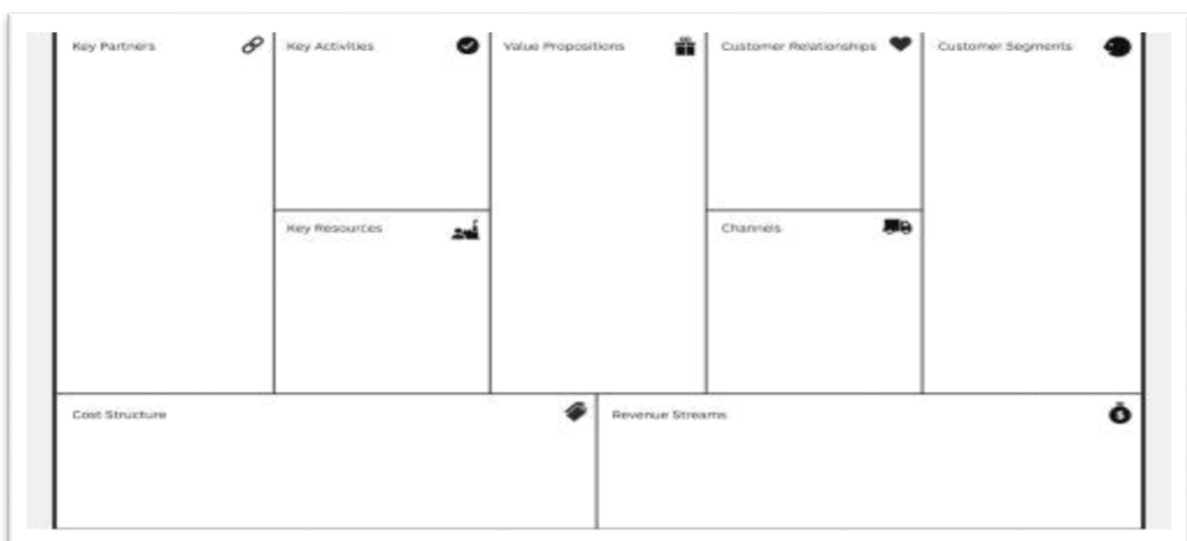
Une start-up ne devrait pas le rester tout au long de sa vie. La création d'une startup n'est pas un but en soi. Une startup est une étape spécifique, et l'objectif principal est de s'en sortir. Selon Peter Thiel, un entrepreneur renommé de la Silicon Valley : « *de passer de Zero-toOne, de transformer une idée en entreprise, de trouver une nouvelle manière de rendre un service, de créer de la valeur* » (Thiel, 2021).

➤ **Le Business Model : (BMC)**

Être une startup implique de fournir une valeur ajoutée à ses clients à travers un produit ou un service novateur. L'objectif principal est de définir et de développer un Business Model adapté, qui ne se contente pas de reproduire des structures existantes et qui peut ne pas être immédiatement évident dès le début de l'aventure entrepreneuriale.

Il est crucial de distinguer le Business Model, qui englobe l'ensemble des mécanismes permettant à l'entreprise de générer des revenus, du Business Plan. Ce dernier est un document écrit qui formalise le projet d'entreprise et constitue une étape ultérieure dans le processus de création d'entreprise, intervenant après l'évaluation du projet. Il peut également être utilisé pour guider le développement de nouvelles activités au sein d'une entreprise déjà établie.

**Figure 1 : Schéma représentant le BMC d'une Start-up**



Source : <https://images.app.goo.gl/8UBytz8mcAJuwVpE8> (10/03/2024 ; 01:12)

Le Business Model Canvas (BMC) est un outil stratégique de gestion permettant de décrire, concevoir, remettre en question et transformer un modèle économique. Créé par (Osterwalder & Yves, 2010), il offre une représentation visuelle des neuf éléments clés qui composent un modèle d'affaires :

- **Segments de clientèle:** Les différents groupes de personnes ou d'organisations qu'une entreprise vise à atteindre et à servir.
- **Proposition de valeur:** L'ensemble des produits et services qui créent de la valeur pour un segment de clientèle spécifique.
- **Canaux de distribution:** Les moyens par lesquels une entreprise communique avec ses clients et leur livre ses propositions de valeur.
- **Relations avec les clients:** Les types de relations qu'une entreprise établit avec des segments de clientèle spécifiques.
- **Flux de revenus:** Les revenus générés par les segments de clientèle.
- **Ressources clés:** Les actifs les plus importants nécessaires pour faire fonctionner le modèle économique.
- **Activités clés:** Les actions les plus importantes qu'une entreprise doit réaliser pour que son modèle économique fonctionne.
- **Partenariats clés:** Le réseau de fournisseurs et de partenaires qui aident l'entreprise à fonctionner.
- **Structure des coûts:** Tous les coûts engagés pour faire fonctionner un modèle économique.

Le BMC est souvent utilisé par les entrepreneurs, les startups et les entreprises établies pour clarifier leur modèle économique de manière simple et visuelle, facilitant ainsi la communication, l'analyse et l'innovation.

➤ **Industrialisable/Reproductible :**

Cela implique que les startups recherchent un modèle qui une fois testé et approuvé, peut être reproduit à une plus grande échelle, dès lors que la génération de profits est comprise. Ce modèle peut ensuite être déployé dans d'autres lieux ou utilisé par d'autres individus.

➤ **Scalable :**

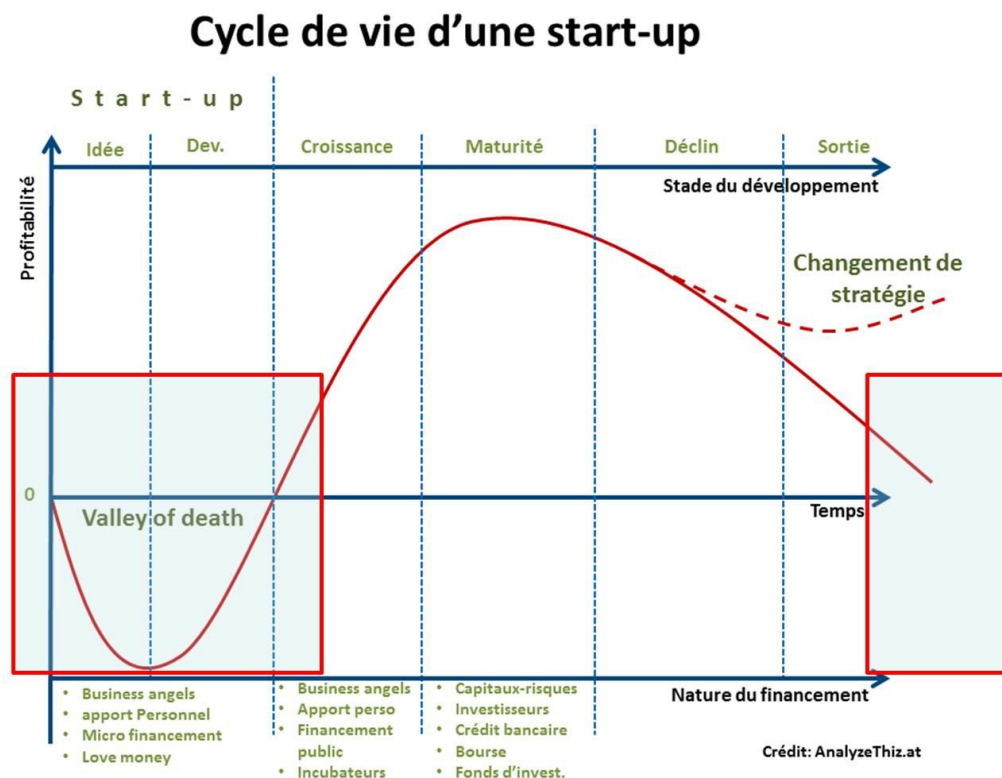
La scalabilité représente une caractéristique essentielle des startups, se définissant par la capacité d'un modèle d'affaires à accroître ses bénéfices à mesure que le nombre de clients

augmente. En d'autres termes, les coûts associés aux premiers clients sont plus élevés que ceux des clients suivants, et ainsi de suite. La scalabilité, conjuguée à la reproductibilité du modèle, constitue le moteur de la croissance rapide des startups par rapport aux entreprises traditionnelles. Toutefois, il est important de noter que simplement opérer dans le domaine numérique ou adopter une ambiance de travail décontractée ne suffit pas à caractériser une entreprise en tant que startup.

## 1.2- Le Cycle de vie d'une Start-up :

Dans le monde de l'entrepreneuriat moderne, le cycle de vie d'une startup revêt une importance capitale, car il intègre plusieurs étapes essentielles avec des défis spécifiques et des opportunités de développement. Il est crucial pour les entrepreneurs, les investisseurs et les chercheurs en gestion de réaliser une analyse approfondie de chaque étape entrepreneuriale, depuis la conception initiale de l'idée jusqu'à la restructuration stratégique. L'analyse approfondie du processus de démarrage met en évidence les étapes, les choix stratégiques et les fluctuations du marché qui influent sur sa progression, ce qui en fait un élément crucial pour les entrepreneurs, les investisseurs et les chercheurs en gestion. On vous présente ci-dessous dans la (figure 02) les étapes du cycle de vie des startups.

Figure 2 : Schéma représentant le Cycle de vie d'une Start-up



**Source:** (Ezratty, 2015, [https://www.oezratty.net/wordpress/2015/recyclage talents ecosystemes-innovation/](https://www.oezratty.net/wordpress/2015/recyclage_talents_ecosystemes-innovation/)), (29/02/2024; 08:30)

Ce schéma démontre le processus de création d'une startup, qui peut être divisé en six étapes essentielles.

Le cycle de vie d'une start-up passe les étapes suivantes (TEGAOUA & CHOUAM, 2023):

➤ **L'Idée (trouver une idée) :**

C'est le point de départ de toute entreprise. L'idée peut provenir de différentes sources, comme des besoins non satisfaits sur le marché, des problèmes rencontrés dans la vie quotidienne ou des opportunités perçues. La priorité est donnée à la créativité et à l'innovation pour offrir une solution unique et attrayante. Pour développer et valider leur concept initial, les entrepreneurs peuvent recourir à des méthodes comme la génération d'idées, la recherche de marché et l'analyse de tendances.

➤ **La création :**

En entreprise, la création implique de transformer l'idée en un projet concret et réalisable. Il est essentiel que les fondateurs créent un plan d'affaires solide, établissent les objectifs à court et à long terme, ainsi que les indicateurs clés de performance KPI. Il est fréquent de débiter la recherche de financement lors de cette période de stage, et il est essentiel de déterminer la position sur le marché, le modèle économique et le public cible visé.

➤ **Le développement :**

Lors de la phase de développement, l'entreprise connaît une croissance et une expansion rapide, les startups se focalisent sur l'acquisition de nouveaux clients et l'attraction de nouveaux marchés. On met en place une stratégie marketing performante afin de faire la promotion de la marque et de ses produits ou services, ce qui nécessite souvent des investissements dans des outils technologiques et des systèmes d'automatisation afin d'optimiser les processus et d'accroître la productivité.

➤ **La maturité :**

La startup a établi une forte présence sur le marché et une clientèle fidèle, bénéficiant d'une croissance stable et de bénéfices réglementaires potentiels. L'entreprise vise à consolider ses activités et à renforcer sa position concurrentielle en innovant et en améliorant continuellement ses produits ou services.

➤ **Le déclin :**

Le déclin est un événement lorsque la croissance des ventes ralentit progressivement et l'entreprise atteint un plateau. Facteurs telles que la saturation du marché, l'obsolescence des produits ou services, ou une concurrence accrue peut contribuer à l'entreprise déclin. Les entrepreneurs doivent prendre mesures proactives pour revitaliser leur entreprise ou envisager des stratégies de sortie appropriées.

### ➤ **La Réorganisation :**

La réorganisation, lorsque l'entreprise se confronte à des défis majeurs ou changements significatifs dans son environnement, peut entraîner une restructuration, ajustements à la stratégie commerciale ou changements dans la direction, l'objectif est de s'adapter aux nouvelles réalités et positionner l'entreprise pour une croissance future.

### **1.3- Pourquoi tant de start-up échouent-elles?**

#### **Le taux d'échec des startups :**

Le taux d'échec des startups est un sujet largement étudié par les chercheurs et les praticiens de l'entrepreneuriat. Ces citations soulignent l'ampleur du défi auquel sont confrontées les nouvelles entreprises :

- ✓ La première citation, provenant d'une étude de la Harvard Business School menée par Gompers et Lerner en 2001, révèle un taux d'échec alarmant de 75 % pour les startups soutenues par des investisseurs. Cette recherche a contribué à sensibiliser davantage sur les risques inhérents à la création d'entreprises et à la nécessité d'une gestion prudente des ressources et des stratégies.
- ✓ La deuxième citation, attribuée à Griffith en 2014, souligne que le taux d'échec des startups, estimé à environ 90 %, demeure relativement constant au fil des décennies. Cette constance met en évidence les défis persistants auxquels sont confrontés les entrepreneurs, malgré les avancées technologiques et les évolutions du marché.
- ✓ La troisième citation, provenant de CB Insights en 2018, se concentre spécifiquement sur les startups technologiques et révèle un taux d'échec de 63 % dans les cinq premières années. Cette donnée met en lumière les difficultés particulières rencontrées par les entreprises opérant dans des secteurs à forte intensité technologique, où la compétition est féroce et les changements rapides.

#### **Les principales causes d'échec des startups selon (Ries, 2011)**

Le principal défi réside dans le besoin de stratégies de planification précises, en particulier pour les start-up, qui sont confrontées à une grande incertitude et qui dépendent de méthodes de gestion obsolètes. Ces initiatives ne peuvent réussir que si elles évoluent dans un environnement durable et relativement stable.

Le deuxième défi réside dans le fait que la gestion traditionnelle pousse souvent les entrepreneurs et les investisseurs à adopter une mentalité de « Just do it », suggérant que les solutions émergent du chaos.

Les startups, confrontées à un environnement hautement risqué et compétitif, trouvent dans la méthode agile un cadre flexible et collaboratif qui favorise l'innovation, la réactivité et la réduction des risques.

## **2- La Méthode Agile :**

Selon à (Conboy, 2009), l'agilité dans le développement des systèmes d'information (DSI) est un terme, multiples facettes qui va au-delà de la flexibilité et de la légèreté. L'agilité dans le développement des systèmes d'information (DSI) est un terme aux multiples facettes qui va au-delà de la flexibilité et de la légèreté. (Conboy, 2009) déclare : « *l'Agilité est la disponibilité opérationnelle d'une méthode de DSI pour créer rapidement ou intrinsèquement un changement, embrasser le changement de manière proactive ou réactive, et apprendre du changement tout en contribuant à la valeur perçue par le client (économie, qualité et simplicité), à travers ses composantes collectives et relations avec son environnement* ».

La plupart des recherches sur la méthode Agile se concentrent sur ses avantages et ses facteurs clés de succès. Des études démontrent que la méthode Agile améliore la qualité et la productivité du développement de logiciels (Bentahar, 2016). Quant aux facteurs de succès de la méthode Agile dans les services informatiques, plusieurs dimensions ont été identifiées par les chercheurs: l'organisation, les ressources humaines, les processus et la technologie (Tsun & Dac-Buu, 2008). Des recherches indiquent notamment que la réussite de la méthode Agile est positivement corrélée à une culture organisationnelle orientée vers le changement et une communication rapide et le développement du travail collaboratif (Lindvall, 2002 ; Misra, 2009).

La méthode Agile se caractérise par le leadership, la créativité et la motivation des développeurs; l'excellence technique et la simplicité du design ; la collaboration étroite entre les développeurs de logiciels et les équipes métiers ; la communication en personne ; la

livraison de différentes parties du développement logiciel à des intervalles courts et réguliers ; l'acceptation des changements dans les besoins du client à chaque phase du processus de développement pour mieux le satisfaire (Misra, 2009 ; Dingsoyr, 2012).

Suivant le «manifeste agile», on retient la définition suivante : « *Une méthode agile est une approche itérative et incrémentale pour le développement de logiciel, réalisée de manière très collaborative par des équipes responsabilisées, appliquant un cérémonial minimal, qui produisent, dans un délai contraint, un logiciel de grande qualité répondant aux besoins changeants des utilisateurs* ». (Sossa, 2017)

En 2001, les principaux acteurs de l'industrie du logiciel ont annoncé officiellement le mouvement Agile en publiant le Manifeste pour le développement Agile de logiciels.

Donc Selon le manifeste agile, une méthode agile possède quatre valeurs et 12 principes :

#### **Les quatre valeurs du Manifeste Agile :**

- Les individus et les échanges plus que processus et des outils ;
- Le produit plus que de la documentation excessive ;
- La collaboration du client plus que la négociation ;
- La réactivité plus que le suivi d'un plan.

#### **Les douze principes de la méthode agile :**

- Satisfaire le client en livrant tôt et régulièrement des logiciels utiles, qui offrent une véritable valeur ajoutée ;
- Accepter les changements, même tard dans le développement ;
- Livrer fréquemment une application qui fonctionne ;
- Collaborer quotidiennement entre clients et développeurs ;
- Bâtir le projet autour de personnes motivées en leur fournissant environnement et support, et en leur faisant confiance ;
- Communiquer par des conversations en face à face ;
- Mesurer la progression avec le logiciel qui fonctionne ;
- Garder un rythme de travail durable ;
- Rechercher l'excellence technique et la qualité de la conception ;
- Laisser l'équipe s'auto organiser ;

- Rechercher la simplicité ;
- À intervalles réguliers, réfléchir aux moyens de devenir plus efficace.

## **2.1- les caractéristiques des méthodes agiles :**

Les méthodes agiles se caractérisent par plusieurs aspects clés qui les distinguent des approches traditionnelles de gestion de projet. Voici en détail les principales caractéristiques des méthodes agiles (Achour–Djelfa-Algérie, 2021) :

### **Une approche itérative et incrémentale :**

Le développement itératif implique la division d'un projet en plusieurs étapes, connues sous le nom d'itérations, sur une période de quelques semaines. Pendant une phase de développement, une version minimale du produit prévu est créée et présentée au client pour validation. Au fil du temps, le système se perfectionne afin d'atteindre les niveaux de satisfaction et de qualité nécessaires. Toutes les étapes de développement sont incluses dans chaque itération, incluant l'analyse, la conception, le codage et les tests. L'objectif est de mettre en place un système fonctionnel et la version finale du produit. Il est préférable de progresser avec prudence, en s'adaptant aux exigences du projet plutôt que de prévoir des modifications. Le timeboxing offre la possibilité d'atteindre des objectifs à court terme, et s'ils ne sont pas réalisés, des leçons sont prises pour corriger les conditions pour l'itération suivante.

### **Un esprit collaboratif :**

Les approches agiles privilégient l'individualité et l'interaction plutôt que les processus lourds, en mettant l'accent sur la communication entre les membres de l'équipe et les parties prenantes telles que les clients et les utilisateurs. Cela implique le partage d'informations, l'expression de perspectives diverses et le maintien de relations mutuelles. Un esprit d'équipe se manifeste par le respect des opinions des autres, une communication non agressive, la recherche de consensus et l'autodiscipline. Les compétences, la motivation et l'individualité des membres de l'équipe stimulent la créativité et la performance, garantissant ainsi le succès du projet. Le rôle du chef de projet est réorienté vers celui d'un gestionnaire qui crée les conditions optimales pour que les membres de l'équipe contribuent efficacement à la réussite du projet.

### **Un formalisme léger :**

Les méthodologies agiles sont souvent comparées aux méthodologies traditionnelles, qui nécessitent une approche et une formalisation lourdes. Les méthodes agiles se concentrent sur la production de quelques éléments essentiels, de rôles et d'étapes définis, avec une approche

formalisée. Cependant, ils utilisent également des outils efficaces, mais performants, pour les tâches répétitives, notamment les tests et l'intégration continue. La compétence des ressources et la communication entre elles sont prioritaires, et une équipe d'outils complexes n'est pas nécessaire. Les méthodologies agiles offrent l'avantage de permettre l'évolution de l'organisation, des processus et des outils, à condition qu'elles soient adaptatives et empathiques. Le processus agile commence dès le début du projet, et l'équipe découvre ce qui fonctionne dans le contexte du projet et améliore le système en fonction des spécifications et de la simplicité du projet.

### **Un produit de haute qualité :**

Les méthodologies agiles sont souvent qualifiées d'artisanales ou de « bricolage », ce qui signifie que la qualité n'est pas une priorité. L'accent est plutôt mis sur la satisfaction du client, tant fonctionnellement que par les exigences de performance, de convivialité et d'évolutivité. Les approches agiles donnent la priorité au développement et à la publication de fonctionnalités qui ont une valeur significative pour le client, en évitant l'épuisement des hypothèses initiales. Les commentaires sont collectés auprès du client, garantissant une version continue du produit alignée sur l'évolution des attentes. Un contrôle qualité est mis en œuvre à chaque itération, permettant des corrections immédiates. Le refactoring, qui élimine les duplications anarchiques de code, garantit la qualité et la maintenabilité du code. Une approche adaptative garantit que la qualité du processus est régulièrement mesurée lors des revues et que l'évolutivité de l'application est garantie.

### **L'acceptation du changement :**

« Adopter le changement avec ouverture d'esprit plutôt que de bachoter et de se battre » est une meilleure approche pour gérer l'imprévisibilité des changements dans un projet. En se conformant systématiquement aux plans initiaux qui deviennent rapidement obsolètes, on économise du temps et de l'énergie et on évite les frustrations. Les équipes agiles disposent de pratiques et d'outils pour faciliter l'accueil des changements, en évitant les pertes de temps et d'énergie qui accompagnent les projets qui ne peuvent pas s'adapter au changement. Au lieu de cela, ils se concentrent sur l'amélioration de l'efficacité de leur équipe en faisant preuve d'ouverture d'esprit et d'adaptabilité.

## **2.2- Les Avantages des méthodes agiles :**

### **Apport de valeur ajoutée :**

Les exigences sont détenues par le client ou son représentant, qui les attribue une valeur et les classe en fonction de leur valeur ajoutée pour l'entreprise. La hiérarchie est une base pour la planification et le pilotage du projet, mais elle peut être modifiée au cours du projet. Cela facilite la livraison continue de valeur ajoutée à son client par l'équipe.

### **Adaptabilité :**

Les équipes peuvent s'ajuster rapidement aux évolutions des besoins et des priorités grâce aux méthodes agiles. Cela encourage la réactivité face aux imprévus et aux changements dans le contexte du projet, ce qui peut renforcer la capacité de l'équipe à relever de manière efficace les défis auxquels elle est confrontée.

### **Visibilité :**

En évaluant régulièrement l'avancement du projet en se basant sur le nombre de fonctionnalités réellement mises en place et approuvées par le client, et en analysant constamment l'adéquation du processus, on a une meilleure visibilité, tant sur le travail accompli que sur le travail restant à accomplir. Ainsi, la planification et les décisions requises sont simplifiées, dans un cadre consensuel, de plus.

### **Réduction des risques :**

Une équipe agile, animée par la volonté de fournir une valeur ajoutée au client, désireuse de démontrer son adaptabilité et guidée par une meilleure visibilité, diminue les risques d'échec du projet. Grâce à la rétroaction continue, les erreurs ou les problèmes sont repérés rapidement et peuvent être réduits grâce à l'acceptation du changement (Véronique. M- R, 2008,68).

## **2.3- Les type des méthodes agiles :**

Au début du millénaire, le concept de méthode agile est apparu avec l'émergence du manifeste agile en 2001 (Beck K. B., 2001). Selon (Serena, 2007), même si la publication de ce manifeste n'a pas officialisé la tendance vers les méthodes agiles, qui a débuté bien plus tôt, il met néanmoins en évidence l'acceptation de la philosophie agile dans le milieu professionnel.

Depuis lors, de nombreuses méthodes agiles ont été établies et largement diffusées, comme (Anderson, 2003) Extreme Programming (Beck K. , 2000), Scrum (Schwaber & Beedle, 2002), Crystal (Cockburn, 2002) et DSDM (Stapleton, 1995).

### 2.3.1- eXtreme Programming (XP) :

XP est un ensemble de méthodes qui cherchent à se concentrer sur la réalisation elle-même. Ces méthodes se concentrent principalement sur la programmation afin d'améliorer constamment la conception et le code. Voici certaines méthodes d'ingénierie logicielle telles que :

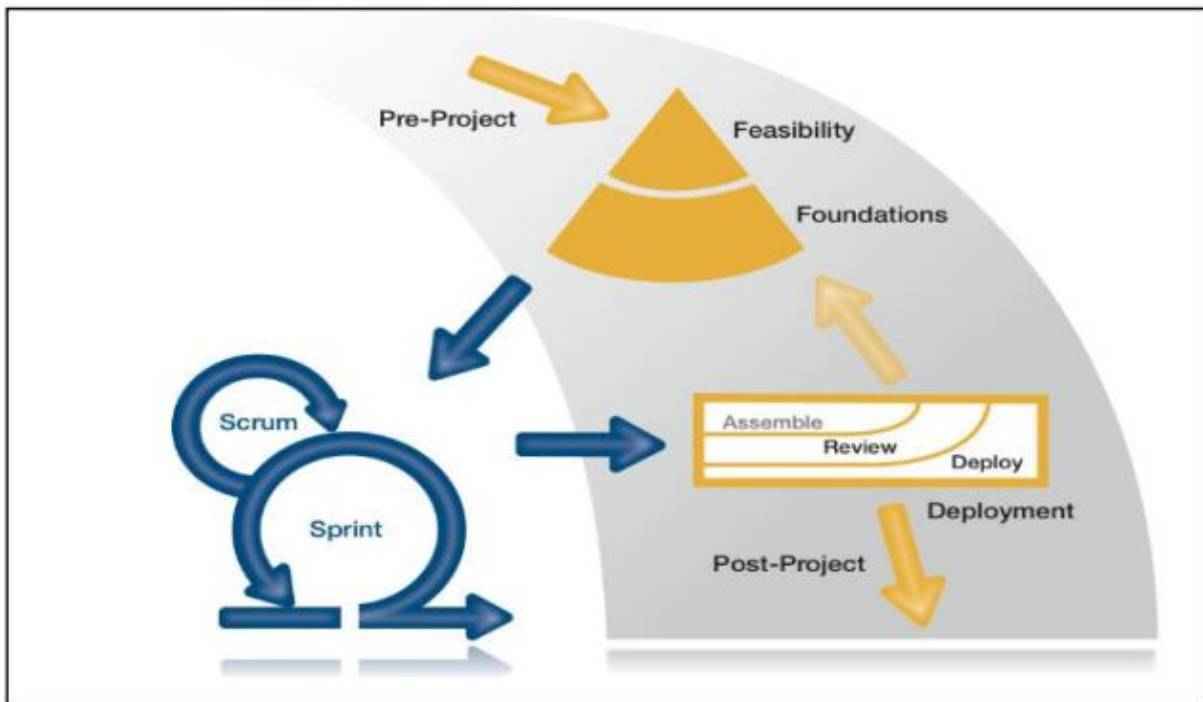
- **Le développement piloté par les tests** : Avant de développer les fonctionnalités, les tests unitaires sont développés.
- **La programmation en binôme** : XP favorise le développement en deux étapes pour simplifier la détection des anomalies et des éventuelles erreurs.

### 2.3.2- Dynamic Systems Development Method (DSDM):

La méthode DSDM a été développée en 1994 dans le but de satisfaire les exigences de qualité et les principes de RAD (Rapid Development Application). Elle permet ainsi la livraison rapide et efficace des résultats (DSDM Consortium, 2014). La méthode AgilePF DSDM est développée afin de faciliter l'intégration des autres approches agiles telles que Scrum et XP. Elle est également utilisée pour faciliter l'accès des parties prenantes aux projets. Les phases de développement de la méthode AgilePF sont :

- **Pre-Project** : Afin de garantir que le projet est en accord avec les stratégies de l'entreprise et atteint les objectifs d'affaires.
- **Feasability** : afin de déterminer si le projet est techniquement réalisable et s'il est rentable sur le plan commercial .
- **Foundations** : La compréhension de la portée du projet est assurée par elle, qui détermine également le cycle de vie du projet et les processus du modèle à utiliser. Elle peut prendre de nombreuses semaines pour les projets importants.
- **Evolutionary Development** : une méthode de développement incrémentale et itérative est utilisée .
- **Deployment** : La phase finale consiste à assembler les divers livrables. La livraison et l'installation du produit .
- **Post-project** : afin de garantir que les objectifs commerciaux ont été réalisés.

**Figure 3: Phases de développement d'AgilePF**



**Source:** DSDM Consortium, 2014

Selon le Consortium DSDM (2014), chaque projet a un cycle de vie qui débute par la détection d'un besoin potentiel et se termine à un moment où ce besoin est soit réalisé, soit rejeté. Si le projet devient inefficace sur le plan commercial, le rejet peut survenir à tout moment. AgilePF peut prendre en considération l'après-projet lors de la phase post-projet, ce qui est rarement fait par la méthode Scrum. Ainsi, AgilePF prend en considération deux aspects : la gestion du projet et la livraison du produit.

La méthode DSDM présente une forme plus stricte, comprenant un nombre considérable de rôles, de processus et d'éléments. La méthode de classification et de priorisation des exigences utilisées est également caractérisée par la méthode MoSCoW (Sossa R. , 2017) :

- **M** (Must have) : fonctionnalités obligatoires.
- **S** (Should have) : fonctionnalités importantes à faire si possibles.
- **C** (Could have) : fonctionnalités possibles, mais non indispensables.
- **W** (Won't have) : fonctionnalités qui peuvent attendre la prochaine fois.

#### 2.3.3-Scrum :

La méthode Scrum est considérée comme la méthode agile la plus prise. Le fondateur Ken Schwaber la décrit comme un cadre (framework) qui expose les éléments qui font partie du processus utilisé pour la création d'un produit. Le développement du produit nécessite des



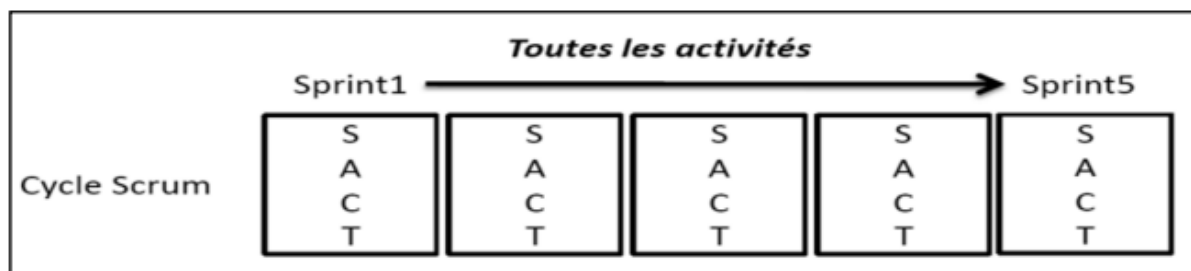
revêt une importance capitale pour la réussite du projet. L'intervention du Product Owner, du client ou des utilisateurs finaux est nécessaire.

### Les phases de développement :

En ingénierie logicielle, on utilise généralement quatre étapes pour développer les produits :

- Spécification fonctionnelle (définition des exigences fonctionnelles);
- Architecture (conception);
- Codage (et test unitaire);
- Test (d'intégration et de recette)

Figure 5: Cycle Scrum basé sur 5 Sprints – Itérations



Source: Aubry, 2014

Grâce aux méthodes agiles telles que Scrum, toutes les tâches formelles ou les événements sont réalisés à chaque étape. Cela simplifie la détection et la correction des erreurs ainsi que la prise en considération des demandes de modification.

La méthode de gestion de projet agile, qui met l'accent sur la souplesse et l'adaptabilité, se marie naturellement avec le Lean Startup, qui met l'accent sur l'expérimentation rapide, l'apprentissage continu et la réduction des risques pour les startups en plein essor.

### 3- Le Lean startup :

Dans le domaine de l'entrepreneuriat, le Lean Management a gagné en popularité. Les praticiens, tels que (Blank S. , 2013); (Blank & Dorf, 2012) ; (Ries, 2011) ont développé des méthodes Lean startup basées sur l'extrapolation de leurs propres expériences de création d'entreprise, guidées par les principes du Lean Management. L'approche Lean startup ont rapidement gagné en popularité et se sont propagées dans des zones chaudes de l'entrepreneuriat (Silicon Valley) et auprès d'un public mondial. De plus, il est affirmé que les

méthodes Lean startup sont devenues le système le plus populaire pour les accélérateurs, les entrepreneurs, les incubateurs et les programmes d'entrepreneuriat. (Blank S. , 2013)

(Ries, 2011) définit le Lean startup comme « *Le Lean Startup est une méthode qui permet de créer des sociétés utilisant au mieux le capital dont elles disposent, car elle permet aux start-up de savoir plus tôt quand changer de cap, évitant ainsi un gaspillage de temps et d'argent.* »

Et selon (Blank & Dorf, 2012) le Lean startup « *une approche spécifique du démarrage d'une activité économique et du lancement d'un nouveau produit. Cette méthode repose sur l'amélioration continue par itérations et vérifications au plus près du marché, visant à optimiser le succès d'un produit ou d'un service de manière rapide et à moindre coût.* »

### **3.1- Les principes du Lean startup :**

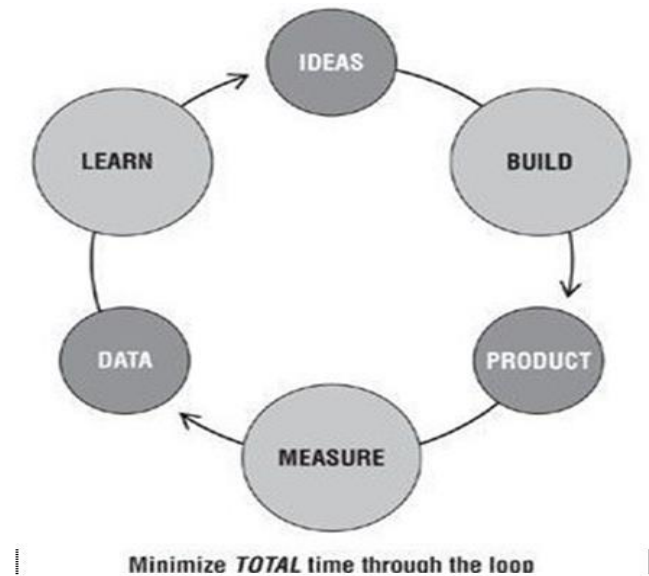
Les entrepreneurs sont partout : Le Lean Startup est une structure commerciale conçue pour permettre aux entrepreneurs de créer de nouveaux produits ou services dans une extrême incertitude, en s'adaptant à toute taille ou secteur d'activité, sans nécessairement travailler dans un garage.

- **L'entrepreneuriat est une forme de management :** Les start-up sont des structures commerciales avec des exigences de gestion uniques dans des environnements incertains, et le terme « entrepreneur » doit être considéré comme un tout dans toutes les entreprises qui misent sur l'innovation pour leur croissance.
- **La validation des enseignements :** Une start-up vise à apprendre à créer une entreprise viable à long terme grâce à des expériences scientifiques, en testant chaque élément de sa vision pour confirmer ses enseignements.
- **La boucle de feed-back produire-mesurer-apprendre :** L'activité principale d'une start-up consiste à transformer des idées en produits, à évaluer les réactions des clients et à analyser les retours pour déterminer le pivotement ou la persistance, tous les processus visant à accélérer cette boucle de rétroaction.
- **La gestion analytique de l'innovation :** Pour améliorer les résultats des startups et permettre aux innovateurs de créer des comptes, concentrez-vous sur des tâches difficiles telles que mesurer les progrès, définir les étapes et établir des priorités à l'aide d'un nouveau type de gestion comptable.

### 3.2- Le processus Lean startup :

Selon (Ries, 2011), l'approche Lean Startup repose sur un processus itératif et rapide, axé sur l'expérimentation et basé sur trois phases : Construire, Mesurer et Apprendre, est inspiré par cycles planifier-faire-vérifier-agir (PDCA) de Deming (1986).

**Figure 6: Le processus synthétique BML adaptée de Ries (2011).**



**Source :** Lean Startup, (Ries, 2011)

Le Lean Startup repose sur cette boucle de feedback, ou validation au cas par cas. Nous allons approfondir notre étude dans cette seconde partie.

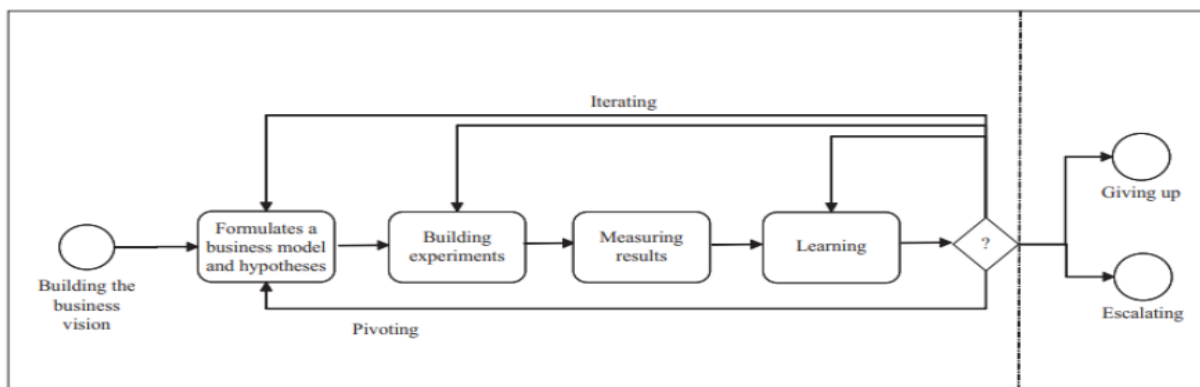
Le processus BML selon (Ries, 2011), tel que présenté dans ses travaux, repose sur la boucle Construire-Mesurer-Apprendre. Cette boucle itérative est au cœur de la méthodologie Lean Startup et vise à guider les entrepreneurs dans le développement de leurs produits ou services de manière efficace et axée sur les retours des utilisateurs.

1. **Build (Construire) :** La première étape de la boucle BML consiste à construire un produit minimum viable (MVP). L'objectif est de créer un prototype ou une version simplifiée du produit qui permet de tester les hypothèses clés et de recueillir des données tangibles sur son utilisation par les clients.
2. **Mesure (Mesurer) :** Une fois le MVP lancé, il est essentiel de mesurer son impact et de collecter des données pertinentes. Cela implique de définir des indicateurs de performance clés (KPI) pour évaluer le succès du produit et obtenir des retours concrets sur son utilisation, ses fonctionnalités et son adéquation avec les besoins du marché.

3. **Learn (Apprendre) :** La dernière étape de la boucle BML est l'apprentissage. En se basant sur les données recueillies et les retours des utilisateurs, les entrepreneurs doivent tirer des enseignements significatifs pour ajuster leur produit, leur stratégie ou leur modèle économique. Cet apprentissage continu permet d'itérer rapidement, de pivoter si nécessaire et d'améliorer constamment le produit en fonction des besoins réels du marché.

Afin d'améliorer l'analyse, ce processus a été englobé en ses activités essentielles, représentés par la Figure 8, adaptée de (Ries, 2011), (Eisenmann T. R., 2011) et (Blank & Dorf, 2012).

**Figure 7: le processus Lean startup**



**Source :** management decision, (Bortolini, 2021)

Afin d'approfondir l'analyse du processus entrepreneurial, il est possible de le regrouper en différentes étapes, chacune étant décrite dans la Figure 7, qui repose sur les recherches de (Ries, 2011) et (Blank & Dorf, 2012) Les étapes sont :

- **Élaboration de la vision commerciale :** C'est à ce moment-là que l'entrepreneur commence à exprimer des idées et à concevoir l'entreprise qu'il souhaite créer (Müller, 2012). Alors que le processus BML est en cours, il est essentiel que la vision d'entreprise reste ne s'éloignant que lorsque les expériences suscitent suffisamment de perceptions négatives. La méthode LS ne propose pas clairement l'inclusion de la phase d'idées.
- **Formulation du business model et des hypothèses :** Au cours de cette étape, on réalise la conception du modèle de livraison de valeur au client. Selon (Blank & Dorf, 2012), une hypothèse implique de formuler des hypothèses explicites ou implicites concernant certaines dimensions du modèle économique, qui étaient initialement

perçues comme incertaines ou incertaines. Les conclusions de cette étape restent des concepts.

- **Expériences de construction** : L'activité scientifique consiste à observer la variation des variables indépendantes en manipulant les variables. Ils sont utilisés pour évaluer les hypothèses du modèle de société. Selon (Blank & Dorf, 2012), il existe différents types d'expériences disponibles, comme des entretiens qualitatifs, des tests a/b, des prototypes, des pages de démarrage, des MVP (Minimum Viable Product), des tests de fumée et des concierges.
- **Mesurer les résultats** : En se basant sur des méthodes d'analyse de données et des outils statistiques, l'entrepreneur doit évaluer et surveiller les résultats de ses expériences, en les confrontant aux hypothèses préalablement envisagées.
- **L'apprentissage** : Les start-up commencent par vérifier l'apprentissage à travers des expériences, qui peuvent être classées en pivotement, itération, escalade et abandon. Pivoter nécessite une transformation complète des modèles économiques afin de tester de nouvelles hypothèses. Généralement, les itérations encouragent les modifications du modèle économique afin de tester de nouvelles hypothèses, ce qui indique un modèle économique viable. La montée en puissance nécessite d'investir davantage dans une entreprise durable afin de mettre en place une structure fonctionnelle et des économies d'échelle. L'abandon survient lorsque l'objectif ne parvient pas à créer un modèle commercial pérenne.

### **3.3- Minimum Viable Product (MVP) :**

Selon Adler (2011), les startups sont souvent incapables d'allouer de nombreux investissements en temps et en argent pour développer un produit complexe. La probabilité de défaillance est tout simplement trop élevée. C'est pourquoi l'élaboration d'un "MVP" - Minimum Viable Product - est une étape essentielle du développement de produit basée sur la méthodologie lean startup (Ries, 2011).

Selon (Ries, 2011), un Minimum Viable Product (MVP) désigne la « version d'un nouveau produit qui permet à une équipe de collecter le plus d'informations fiables sur les clients avec le moins d'efforts possible ».

L'objectif principal d'un MVP consiste à tester des hypothèses et des hypothèses de l'entreprise, et à aider les fondateurs d'une startup à se familiariser avec le processus d'apprentissage dès le début (Ries, 2011).

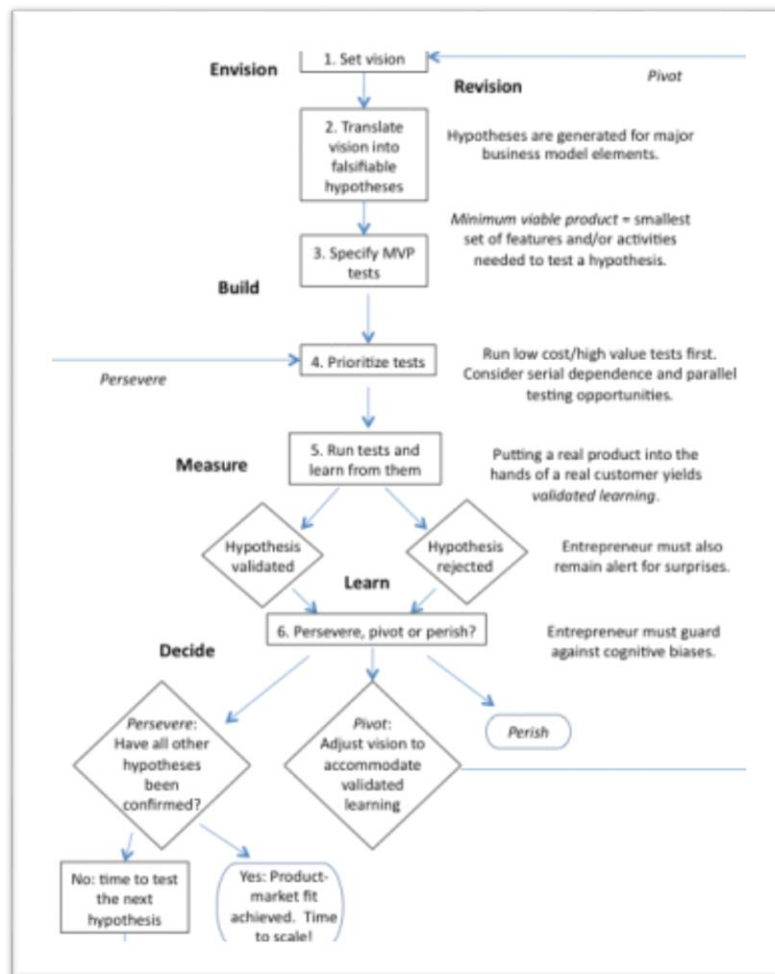
➤ **L'hypothèse :**

Selon (Eisenmann & Al, 2012) dans l'ouvrage "Hypothesis-Driven Entrepreneurship: The Lean Startup," « une hypothèse est une proposition spécifique et testable formulée par un entrepreneur pour valider ou invalider des éléments clés de son modèle commercial. Ces hypothèses sont essentielles pour guider les décisions stratégiques et les expérimentations rapides visant à réduire l'incertitude et à maximiser l'apprentissage dans le processus de création d'une startup ».

➤ **Les étapes clés pour valider les hypothèses :**

L'approche Lean Startup décrit une approche systématique de l'entrepreneuriat fondé sur des hypothèses, comprenant des étapes clés pour valider les hypothèses du modèle d'affaires et stimuler l'innovation. (Eisenmann & Al, 2012),

**Figure 8: Les étapes clés pour valider les hypothèses**



**Source :** Hypothesis-Driven Entrepreneurship: The Lean Startup, (Eisenmann & Al, 2012).

Le schéma dans la figure 8 représente les étapes clés pour valider les hypothèses, à savoir :

1. **Développer une vision** : Avant de générer des hypothèses sur le modèle commercial, l'entrepreneur doit avoir une vision claire du problème à résoudre et d'une solution potentielle. Cette étape initiale de développement de la vision, également appelée idéation, est cruciale pour définir le cadre du projet entrepreneurial.
2. **Traduire la vision en hypothèses** : Une fois la vision établie, l'entrepreneur doit traduire cette vision en hypothèses sur le modèle commercial. Un modèle commercial comprend des choix distinctifs sur la proposition de valeur pour le client, la technologie et le plan opérationnel, la stratégie de mise sur le marché et la formule de flux de trésorerie. Ces hypothèses doivent être spécifiques, mesurables et testables.
3. **Formuler des hypothèses falsifiables** : Chaque élément du modèle commercial doit être associé à des hypothèses falsifiables. Une hypothèse est considérée comme falsifiable lorsqu'elle peut être rejetée par le biais d'une expérience décisive. Il est crucial que les hypothèses soient formulées de manière à pouvoir être testées de manière empirique pour obtenir des résultats concrets.
4. **Tester les hypothèses** : Une fois les hypothèses formulées, l'entrepreneur doit les tester en utilisant des minimum viable products (MVPs). Ces MVPs représentent le plus petit ensemble d'activités nécessaires pour invalider une hypothèse. Les tests doivent être rapides, frugaux et axés sur l'apprentissage pour valider ou invalider les hypothèses de manière efficace.
5. **Agir sur les retours des tests** : En fonction des retours obtenus des tests des hypothèses, l'entrepreneur doit prendre des décisions éclairées. Il peut choisir de persévérer avec le modèle commercial proposé, de pivoter vers un modèle révisé en modifiant certains éléments tout en conservant d'autres, ou d'abandonner le projet. Cette itération du processus se poursuit jusqu'à ce que toutes les hypothèses clés du modèle commercial soient validées.

➤ **A/B testing** :

Un test A/B est une expérience dans laquelle « *différentes versions d'un produit sont offertes aux clients en même temps* » (Ries, 2011).

On vise à enregistrer et évaluer les variations dans les comportements des clients en les répartissant en différents groupes de contrôle. Cette méthode permet aux fondateurs d'observer, d'évaluer et d'étudier l'influence des différentes versions et versions du produit.

### 3.4- Lean Canvas :

Le Lean Canvas représente essentiellement une version modifiée du Business Model Canvas, adaptée par (Maurya, 2012.). On l'adapte spécifiquement aux startups en phase initiale. On met l'accent sur résoudre les problèmes potentiels des clients et les résoudre grâce à un visuel graphique documenté qui remplace le plan d'affaires traditionnel (Maurya, 2012.).

**Figure 9: Le Lean CANVAS**

<b>PROBLEM</b>	<b>SOLUTION</b>	<b>UNIQUE VALUE PROPOSITION</b>	<b>UNFAIR ADVANTAGE</b>	<b>CUSTOMER SEGMENTS</b>
	<b>KEY METRICS</b>		<b>CHANNELS</b>	
<b>COST STRUCTURE</b>			<b>REVENUE STREAMS</b>	

**Source :** (Maurya, 2012.), <https://leanstack.com/leancanvas> (10/03/2024; 10:34)

La figure 9 présente la structure de lean canvas, il se compose de neuf blocks, et Ces blocs permettent de visualiser, analyser et communiquer rapidement les aspects essentiels d'un modèle d'affaires. Voici une description de tous les blocks :

#### **Problèmes et segments de clientèle :**

Les segments de clients et les problèmes du canevas sont étroitement liés, et les décisions prises à leur sujet affectent le reste du canevas. Tout d'abord, répertoriez les 1 à 3 principaux problèmes pour chaque segment de clientèle et documentez les alternatives existantes.

Identifiez d'autres rôles d'utilisateurs, tels que les premiers utilisateurs ou les clients traditionnels, et concentrez-vous sur des segments de clientèle restreints pour définir un produit viable. Cela permet d'identifier les clients potentiels et garantit une compréhension globale de la stratégie globale du canevas.

### **Unique Value Proposition :**

Une proposition de valeur unique (UVP) est un texte qui explique l'argument de vente unique d'un produit et pourquoi il mérite l'attention. Il s'agit souvent du titre principal des sites Web de produits de startup et doit être différent de celui des concurrents, mais directement lié au problème du client du produit. Il doit se concentrer sur les avantages offerts par le produit.

### **Les canaux :**

Une startup échoue fréquemment en raison d'une création de canaux inefficace. L'itération des canaux du processus Lean Startup est possible, et il est essentiel de repérer ceux qui sont évolutifs pour favoriser la croissance. Il est important de tenir compte de divers éléments tels que : « le prix des canaux non rémunérés, la sélection entre les canaux entrants et sortants, ainsi que la sélection entre les modèles de vente automatisés et manuels ». L'importance de la rétention est primordiale au début du marketing, car les programmes de parrainage et d'affiliation peuvent être inefficaces.

### **Flux de revenus et structure des coûts :**

Un Lean startup en phase initiale doit principalement se focaliser sur la conception d'un produit minimum viable (MVP), avec la tarification comme un élément essentiel. Le MVP résout les problèmes majeurs des clients, tandis que la tarification anticipée favorise l'apprentissage et l'itération. Il convient d'établir une liste des dépenses opérationnelles, en mettant l'accent sur la situation actuelle. Il est nécessaire de se baser sur les flux de revenus et les éléments de la structure des coûts afin de déterminer un seuil de rentabilité pour la startup.

### **Indicateurs clés :**

Les startups utilisent des indicateurs clés pour mesurer les performances et détecter les points chauds dans le cycle de vie du client. Le modèle « Pirate Metrics » de Dave McClure décrit les étapes de l'entonnoir de vente et de marketing : acquisition, activation, fidélisation, revenus et référencement. L'acquisition implique de transformer les visiteurs en prospects potentiels, l'activation implique une première expérience utilisateur, la fidélisation implique un engagement produit et des revenus sont générés.

### **Avantage injuste :**

La section « avantage injuste » du Lean Canvas est souvent négligée, car elle nécessite un avantage concurrentiel au-delà des simples exploits. Être le premier sur un marché n'est pas un avantage, car cela demande des efforts et des erreurs importants. Tout ce qui mérite d'être copié sera probablement copié, ce qui permettra aux concurrents de suivre plus facilement. Par conséquent, un véritable avantage injuste est quelque chose qui ne peut pas être facilement copié ou acheté.

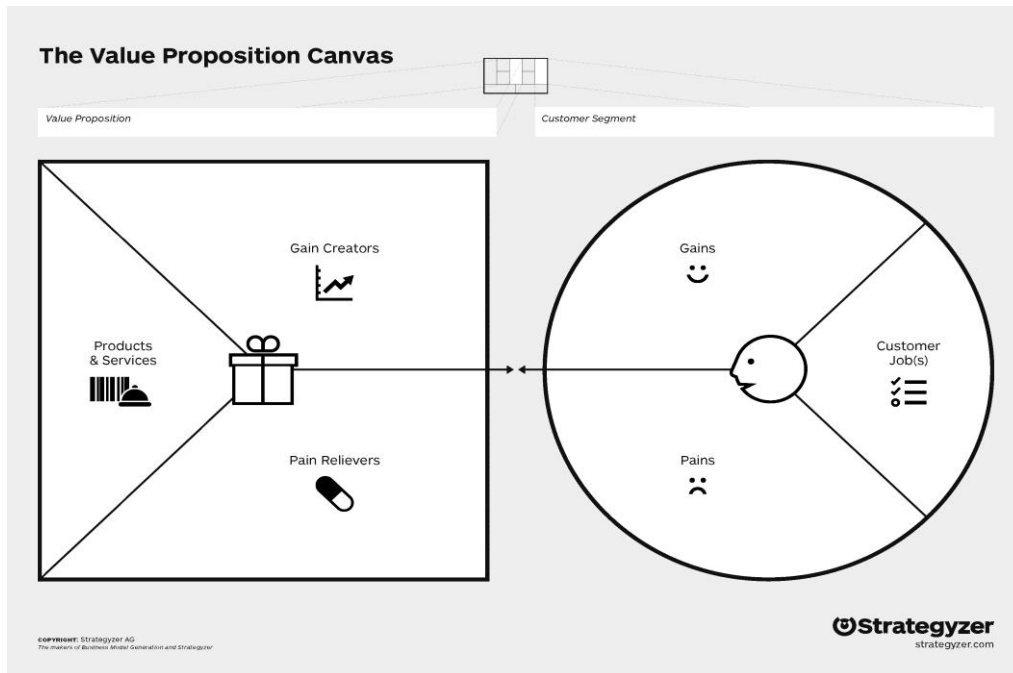
### **Solution :**

Une fois toutes les autres cases du canevas remplies, il est temps d'explorer les solutions possibles. La solution box est essentiellement le produit lui-même - et au départ, il est astucieux de ne pas dessiner quoi que ce soit de trop complexe pour pouvoir développer ultérieurement. Il est préférable d'essayer de déterminer la conception la plus simple qui puisse être développée pour résoudre le problème, en prenant en compte le cadre composé des informations contenues dans les boîtes remplies.

### **3.5- Le canvas de valeurs proposé : (VPC)**

Plusieurs cadres ont été développés pour aider les entrepreneurs à définir leur proposition de valeur. Parmi eux, Alex Osterwalder et ses co-auteurs ont créé le Value Proposition Canvas (VPC), basé sur leur célèbre Business Model Canvas (2010). Le VPC montre comment aligner la proposition de valeur sur le profil du client, en décrivant le segment de marché visé par les produits et services. Il s'agit de démontrer que l'offre apporte des avantages (créateurs de gains) et réduit les aspects négatifs (soulageurs de douleurs) dans la vie du client. Facile à comprendre, le VPC permet de visualiser des concepts qui pourraient autrement rester abstraits. C'est pourquoi cet outil est devenu très populaire, notamment dans les ateliers d'innovation, d'entrepreneuriat et de design thinking.

### **Figure 10: Le CANVAS de valeurs proposes**



Source : <https://images.app.goo.gl/4fjRU6Jt3Ybim3tKA> (14/04/2024 ; 14 : 50)

Le Value Proposition Canvas est un outil stratégique qui aide à définir et à clarifier les propositions de valeur d'une entreprise. Il se compose de deux parties principales : le Customer Profile (profil client) et le Value Map (carte de valeur). Voici les grands axes de chaque partie :

### 1. Customer Profile (Profil Client)

Il se décompose en trois sections principales :

#### a. Jobs (Tâches)

Les tâches que le client cherche à accomplir : Qu'il s'agisse de tâches fonctionnelles, sociales ou émotionnelles, il est important de comprendre ce que le client essaie de réaliser.

#### b. Pains (Douleurs)

Les problèmes, frustrations et obstacles que le client rencontre en essayant d'accomplir ses tâches. Il peut s'agir de risques, de défis ou de problèmes qui empêchent d'accomplir ces tâches efficacement.

#### c. Gains (Gains)

Les bénéfices et résultats positifs que le client souhaite obtenir. Cela inclut les attentes et les désirs des clients concernant leurs tâches, ainsi que les surprises agréables qu'ils apprécieraient.

## **2. Value Map (Carte de Valeur)**

Elle se décompose en trois sections principales également :

### **a. Products & Services (Produits et Services)**

Ce que l'entreprise propose pour aider le client à accomplir ses tâches. Cela inclut tous les produits et services offerts.

### **b. Pain Relievers (Réducteurs de Douleurs)**

Comment les produits et services réduisent les douleurs du client. Cela implique de détailler comment les offres de l'entreprise atténuent ou éliminent les frustrations et obstacles des clients.

### **c. Gain Creators (Créateurs de Gains)**

Comment les produits et services créent des gains pour le client. Il s'agit de montrer comment les offres améliorent la situation du client et répondent à ses attentes ou surpassent ses attentes.

L'objectif du Value Proposition Canvas est d'aligner parfaitement la Value Map avec le Customer Profile. En d'autres termes, les produits et services de l'entreprise doivent répondre directement aux tâches, douleurs et gains des clients. Cet alignement assure que la proposition de valeur est pertinente et attrayante pour le client cible.

Le Value Proposition Canvas est un outil puissant pour comprendre en profondeur les besoins des clients et pour développer des produits et services qui répondent spécifiquement à ces besoins. Il permet une réflexion structurée et orientée client, garantissant que les offres de l'entreprise sont en adéquation avec les attentes et les désirs de ses clients.

En conclusion, l'étude approfondie du Lean Startup présentée dans ce cadre souligne l'importance cruciale de l'agilité, de l'expérimentation et de l'orientation client dans le processus de création et de développement des startups. En adoptant les principes du Lean Startup, les entrepreneurs peuvent non seulement minimiser les risques et les coûts, mais aussi maximiser leurs chances de succès en s'adaptant rapidement aux besoins du marché. Ainsi, en intégrant cette méthodologie innovante dans leur stratégie, les startups peuvent se positionner

avantageusement pour relever les défis de l'innovation et de la croissance dans un environnement concurrentiel en constante évolution.

## **Chapitre 02 :**

# **Cadre méthodologique et organisationnel**

Dans ce chapitre, nous décrirons en profondeur la méthodologie de recherche que nous avons utilisée pour conduire notre étude. Ce chapitre est divisé en deux parties essentielles, chacune contribuant de manière significative à la compréhension de notre démarche. La première partie de ce chapitre est dédiée à l'explication de la méthode de recherche utilisée ainsi qu'à tous les outils qui nous ont aidés à répondre à nos questions. La seconde partie de ce chapitre sera entièrement consacrée à la description du terrain de recherche.

## **Section 01 : présentation de la méthode de recherche**

Dans la première partie de ce chapitre, nous abordons le cadre méthodologique utilisé pour collecter et analyser les données indispensables à notre recherche et pour répondre à notre question de recherche qui est Comment appliquer le lean startup dans une startup Algérienne ? Quels sont les avantages et les inconvénients de l'application de l'approche Lean startup ? et Quels sont les obstacles liés aux l'application de l'approche Lean startup ? .Nous allons expliquer la méthode que nous avons utilisée pour réaliser notre étude et les divers outils de collecte et d'analyse de données que nous avons employés.

### **1.1- La posture épistémologique :**

Le terme "épistémologie" possède plusieurs significations, englobant à la fois les méthodes spécifiques à chaque science ou domaine scientifique, ainsi que les processus de pensée scientifique en général, et même le concept de vérité scientifique. Une approche synthétique pourrait conserver ces diverses nuances, soulignant que l'épistémologie consiste à réfléchir sur la création et la gestion du savoir dans un domaine particulier et sur sa relation avec d'autres domaines de la pensée scientifique. De manière plus étendue, l'épistémologie étudie également comment chaque individu construit sa propre connaissance, ce qui donne un sens au terme "positionnement" (Demaizière, 2007)

CHABANI et Al, (2013) a défini l'épistémologie comme « *étude critique des principes, des hypothèses et des résultats de diverses sciences, destinée à déterminer leurs origines logiques, leurs valeurs et leurs portées objective* ». Donc pour simplifier, la compréhension du positionnement épistémologique de notre recherche nous permettra de la situer parmi les études antérieures, de la délimiter autour d'un objectif spécifique lié au paradigme dans lequel notre recherche s'inscrit, et d'explicitier les résultats obtenus.

Dans notre recherche, notre approche épistémologique est interprétativiste, l'approche adoptée est de nature inductive. La recherche en gestion adopte une approche axée sur la compréhension des phénomènes plutôt que sur leur prédiction (Dumez, 2011). La construction de la compréhension repose sur l'expérience subjective de chaque individu, et cette interprétation individuelle joue un rôle essentiel dans l'acquisition de connaissance (Avenier, 2012). Selon le modèle interprétativiste, nous refusons l'idée d'une réalité objective qui est indépendante de l'observateur, en reconnaissant plutôt la diversité des réalités qui découlent de l'interprétation individuelle ou collective. Ces réalités ont la possibilité de changer au fil du temps. (Dumez, 2011)

## **1.2- Approche Méthodologique :**

Afin d'atteindre nos objectifs de recherche et de fournir une grande fiabilité, l'approche qualitative est particulièrement la plus appropriée. Cette approche s'inscrit dans une posture épistémologique interprétativiste inductive.

Une étude qualitative se base sur une perspective compréhensive qui vise à répondre aux interrogations sur les raisons et les méthodes. Elle étudie les actions et les échanges en prenant en considération les intentions des acteurs. Dans une perspective qualitative, les verbes jouent un rôle essentiel (dans la description des actions) et les sujets des verbes sont des acteurs, plutôt que des variables ou des entités abstraites. Une étude qualitative doit permettre au lecteur de voir les acteurs et les actions afin de préserver toute sa signification. (Dumez, 2011)

Dans le cadre de notre travail, nous avons choisi de suivre la méthode de recherche qualitative afin d'atteindre les objectifs de notre travail et de répondre à nos questions de recherche. Nous avons commencé par une analyse documentaire pour analyser comment l'approche Lean startup peut être utilisée et pour aider les startups algériennes pour valider rapidement leurs idées. Ensuite, nous avons mis en place une approche Lean Startup à partir du cycle BML (Build, Mesur & Learn). Enfin, nous avons mené des entretiens semi-directifs pour mettre en œuvre les principes de lean startup et pour réaliser le lean canvas, le canvas de proposition de valeur et le BMC (business model canvas) de la startup hanooty.

### **1.3- Méthodes de collecte des données :**

#### **1.3.1- L'analyse documentaire :**

Au cours de cette étude qualitative, la collecte de documents a constitué une étape importante. Dans ce cadre, différents types de documents ont été rassemblés. Parmi les documents internes, nous avons consulté les rapports de réclamation client, les analyses de feedback, et le BMC de la startup, Ces documents ont été utilisés pour faire un état des lieux de la startup, pour créer un nouveau cycle BML et pour élaborer d'un nouveau lean canvas.

#### **1.3.2- Les entretiens :**

Le terme entretien est la conversation entre deux personnes (GUIST OLIVER, 2016). La réalisation d'un entretien se fait par une rencontre en commençant par des salutations, des présentations et échanges pour remercier infiniment l'enquêté pour son collaboration à l'entretien, pour le temps qu'il nous donne, et pour son aide qu'il nous fournit. Donner l'importance à son témoignage en répondant ouvertement de tout (SAUVAYRE, 2013).

Nous avons validé comme outil l'entretien semi-directif car il est le plus en adéquation et répond à mon entretien de recherche ainsi qu'au recueil de données subjectives que nous souhaitons obtenir.

L'entretien de l'étude s'articule autour de deux acteurs : l'enquêteur (moi-même) et l'enquêté. Cet outil de recherche présente plusieurs avantages liberté de réponse de l'enquêté par des questions ouvertes, il est l'outil le plus adéquat pour la recherche de données qualitatives, il permet de comparer et de catégoriser les données recueillies ainsi que l'enquêté peut demander une reformulation si la question n'est pas comprise.

Les entretiens individuels permettent d'explorer en profondeur les expériences, les perspectives et les pratiques des participants en matière d'application du Lean Startup. On utilise un guide d'entretien semi directif pour guider la discussion tout en laissant de la place pour des réponses ouvertes.

#### **Outils de collecte des données :**

##### **➤ Le guide d'entretien :**

Le guide d'entretien est un outil essentiel pour commencer l'entretien semi-directif (SAUVAYRE, 2013).

Avant l'entretien, il est essentiel de préparer un guide d'entretien qui aborde tous les sujets à discuter lors de l'entrevue. Les questions posées doivent être simples, faciles à comprendre, détaillées et précises, avec des phrases claires et concises. L'organisation du guide d'entretien doit suivre la technique de l'entonnoir (ou du sablier), où les questions commencent par des sujets généraux et simples, puis progressent vers des questions plus précises et complexes. Cette approche permet d'obtenir une structure claire et logique pour l'entretien, facilitant ainsi la collecte de données pertinentes et la compréhension des réponses des participants (Combessie, 2007).

Le guide d'entretien a été développé en se basant sur les résultats de notre revue de littérature portant sur l'application du Lean Startup, ainsi que sur les informations recueillies lors de notre stage pratique. Les questions du guide sont organisées de manière à suivre une progression, allant des questions plus générales aux questions plus précises. Cette approche permet d'obtenir une structure cohérente et logique pour les entretiens.

Ce guide d'entretien, essentiel à notre étude, est conçu de manière anonyme pour encourager la transparence et favoriser des réponses franches et ouvertes de la part des participants. Il est élaboré avec soin, comprenant dix-sept questions soigneusement sélectionnées. Ces questions sont stratégiquement réparties entre les neuf blocs du Lean Canvas, offrant ainsi une vue complète et détaillée de chaque aspect du modèle économique de Hanooty DZ. Chaque question est formulée de manière à encourager les participants à partager leurs perspectives, leurs expériences et leurs idées, tout en veillant à ce que les réponses recueillies couvrent tous les domaines pertinents pour notre analyse. Plus des autres questions concernant le BMC et la présentation de hanooty. Ce guide d'entretien est en annexe 1.

### ➤ **Déroulement de l'entretien**

Pour le bon déroulement des entretiens, nous avons commencé par planifier des entretiens menés avec l'équipe fondatrice de hanooty et programmé tout d'abord des rendez-vous organisés selon la disponibilité des personnes interviewés.

L'entretien s'est déroulé dans des conditions favorables, lors de chaque entretien nous avons commencé par une présentation de thème de notre projet de fin d'étude en expliquant l'objectif de notre entretien en assurant la confidentialité des données, les questions sont posées dans l'ordre suivi par le guide d'entretien en reformulant les questions si nécessaire, nous avons collecté les informations lors de l'entretien par la prise des notes.

**Tableau 2:Profil des interviewés.**

Initiales des interviewés	Poste	Date de l'interview
Monsieur F.B	Fondateur	25/04/2024
Madame N.B	Chef de Service client	28/04/2024
Docteur A.A	Marketing manager	2/05/2024

**Source :** réaliser par nous même

De plus des groupes de discussion ont été organisés par Hanooty, les groupes ont été une expérience réussie, réunissant des représentants de divers segments de marché pour discuter de leurs besoins et préférences en matière de plateforme e-commerce. Ces sessions ont été dynamiques et interactives, générant de nouvelles idées et permettant à l'équipe de mieux comprendre les dynamiques du marché. En utilisant un groupe WhatsApp pour faciliter la communication au sein de l'équipe et pour collecter tous les données disponibles, le fondateur a opté pour une solution pratique et efficace, favorisant la collaboration et la cohésion dans un environnement de travail virtuel.

#### **1.4- Les outils d'analyse des données :**

Dans cette partie, l'objectif est d'analyser et d'expliquer la méthode choisie pour traiter les données. Pour analyser les résultats des entretiens dans notre recherche, nous avons choisie de traiter nos entretiens avec l'analyse de contenu manuelle.

#### **L'analyse de contenu manuelle :**

L'analyse de contenu manuelle est souvent utilisée dans des études de recherche qualitative lorsque les chercheurs cherchent à explorer en profondeur les perceptions, les expériences et les opinions des participants sur un sujet donné. Cette méthode est particulièrement utile lorsque les données sont riches en détails et nécessitent une analyse approfondie pour identifier des thèmes ou des motifs émergents. Par exemple, dans une étude sur les attitudes des consommateurs à l'égard d'un nouveau produit, l'analyse manuelle des entretiens pourrait être utilisée pour examiner en détail les réponses des participants, identifier les facteurs qui influencent leurs opinions et explorer les nuances de leurs expériences. En somme, l'analyse de contenu manuelle est choisie pour sa capacité à fournir des insights approfondis et nuancés,

essentiels pour comprendre les aspects complexes d'un phénomène étudié. L'analyse de contenu manuelle explore en profondeur les perceptions et opinions, offrant des insights détaillés pour comprendre des phénomènes complexes.

En conclusion, la méthodologie de recherche adoptée pour cette étude repose sur une approche épistémologique interprétativiste inductive, privilégiant la compréhension des phénomènes. Les outils de collecte de données incluent l'analyse documentaire, les entretiens individuels et les focus groupes, permettant une exploration approfondie des expériences des participants. Cette approche qualitative vise à fournir des résultats fiables en mettant en avant les actions et interactions des acteurs. En suivant cette méthodologie, l'étude cherche à répondre de manière approfondie aux questions de recherche et à apporter une contribution significative au domaine d'étude.

## Section 02 : Présentation de l'organisme d'accueil

La deuxième section de ce chapitre est consacrée à la présentation de l'organisme d'accueil. Dans cette partie, nous allons présenter la startup "hanooty", qui a été le terrain de notre étude, ainsi que sa structure organisationnelle, ses principales activités et ses services. Cette présentation nous permettra de mieux comprendre le contexte dans lequel s'est déroulée notre étude.

### 1- Présentation de la startup Hanooty



hanooty est une plateforme numérique qui permet aux personnes ou entreprises de créer leur magasin en ligne (site web e-commerce) en quelques clics seulement. Les fonctionnalités incluent la personnalisation de la page d'accueil, la gestion des produits et des commandes, un système de paiement sécurisé, des outils marketing, un support client, un tableau de bord intuitif, la gestion des frais et des abonnements, des options de personnalisation avancées, et des mesures de sécurité et de confidentialité. Les clients seront libres d'animer leur propre magasin en ligne, lesquels est gérés contre une redevance mensuelle.

### 2- L'historique de hanooty

hanooty est une startup fondé en 2023 par monsieur Fouad Benkhalfallah, qui a plus de 17 ans d'expériences dans divers grandes entreprises nationales et internationales... Ce background permet à hanooty d'avoir un management bien cadré en utilisant les dernières méthodes et outils technologique pour le suivi au quotidien.

## 2.1- Les services de hanooty

Depuis le lancement officiel en septembre 2023 jusqu'au jour d'aujourd'hui hanooty offre plusieurs services, notamment : Le déploiement d'un site web e-commerce en une minute avec une interface ergonomique. Ce site e-commerce est doté d'une multitude de fonctionnalités et de facilité d'intégration de solutions tierces: Gestion de stock ; Gestion des commande ; Intégration des sociétés de livraison ; Intégration du E-paiement ; intégration des outils d'Analytics ; ...

Voici les offres officielles de hanooty. (Figure11)

Figure 11: les offres de hanooty

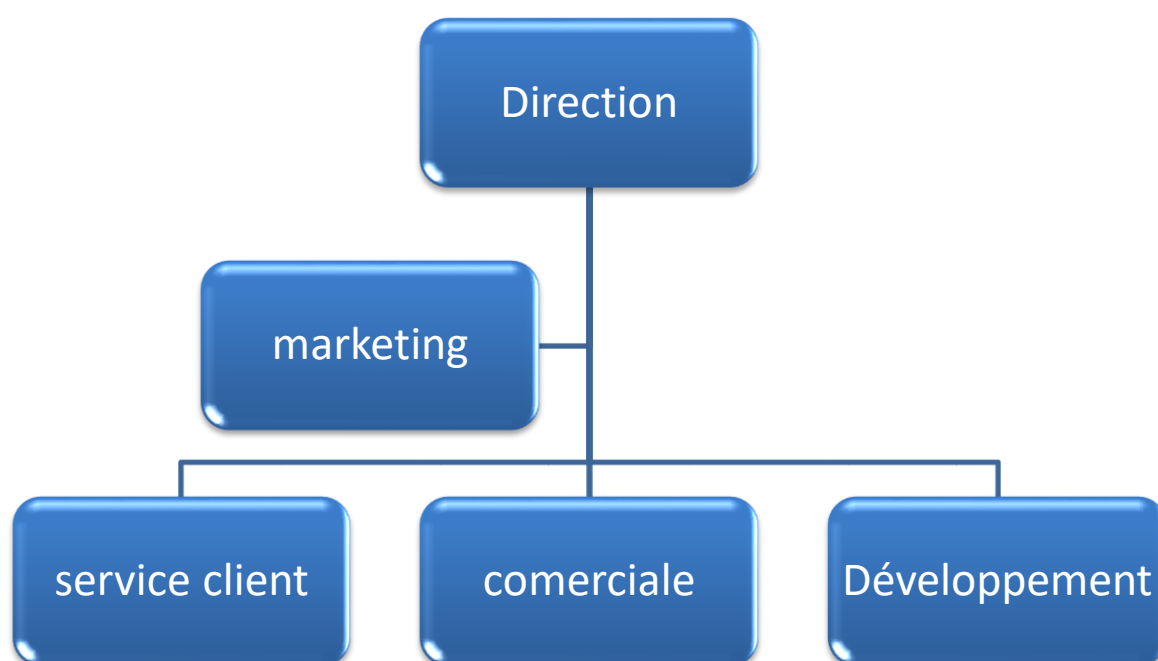
نوع الخدمة	السعر	المميزات
متقدم	11,900 /دج/شهر 119,900 /دج/عام	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ طلبيات / شهر غير محدود</li><li>✓ المنتجات غير محدود</li><li>✓ التصنيفات غير محدود</li><li>✓ المشرفين 3</li><li>✓ التجارين 15</li><li>✓ البيكسلات 5</li></ul>
حانوتي	5,900 /دج/شهر 59,900 /دج/عام	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ طلبيات / شهر 2000</li><li>✓ المنتجات 500</li><li>✓ التصنيفات 100</li><li>✓ المشرفين 1</li><li>✓ التجارين 5</li><li>✓ البيكسلات 5</li></ul>
رابع رابع	1,000 /دج/للايد ادفع %0.3 فقط من قيمة طلبياتك المسلمة	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ طلبيات / شهر غير محدود</li><li>✓ المنتجات غير محدود</li><li>✓ التصنيفات غير محدود</li><li>✓ المشرفين 3</li><li>✓ التجارين 2</li><li>✓ البيكسلات 5</li></ul>
أساسي	2,900 /دج/شهر 31,900 /دج/عام	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ طلبيات / شهر 200</li><li>✓ المنتجات 50</li><li>✓ التصنيفات 10</li><li>✓ المشرفين 1</li><li>✓ التجارين</li><li>✓ البيكسلات 1</li></ul>

Source : le site de hanooty

## 2.2- La structure organisationnelle :

À la suite des entretiens approfondis menés avec l'équipe fondatrice de la startup Hanooty, nous avons élaboré l'organigramme de l'entreprise. Celui-ci offre un aperçu détaillé de la structure hiérarchique de hanooty, mettant en lumière les rôles et les responsabilités de chaque membre de l'équipe.

**Figure 12: Organigramme de hanooty**



**Source :** élaboré par nous même

Cet organigramme reflète la structure organisationnelle de hanooty, mettant en valeur la direction et le marketing en tant que piliers stratégiques de l'entreprise, tandis que le service client, le commercial et la recherche et développement travaillent en étroite collaboration pour assurer le succès opérationnel et technologique de la plateforme.

➤ **Directeur Général**

Le Directeur Général Fouad Benkhelfallah est le fondateur et le gérant de hanooty, responsable de le coté financier et le coté administrative de l'entreprise. Il élabore et met en œuvre des stratégies pour assurer la croissance et la rentabilité de la plateforme. Il supervise tous les aspects opérationnels et stratégiques de l'entreprise, travaillant en étroite collaboration avec les autres membres de l'équipe de direction.

Aux même il supervise toutes les activités de recherche et développement liées à la plateforme hanooty. Il gère une équipe de développeurs et d'ingénieurs, définissant les priorités de développement, établissant des échéanciers et assurant la livraison en temps voulu de nouvelles fonctionnalités et améliorations. Il est responsable de la qualité et de la performance de la plateforme, veillant à ce qu'elle réponde aux besoins et aux attentes des clients.

➤ **Directeur Marketing**

Le Directeur Marketing est chargé de positionner hanooty sur le marché. Il supervise la conception et l'exécution de stratégies marketing innovantes pour accroître la notoriété de la marque, générer des prospects et fidéliser les clients. Il analyse les tendances du marché, les comportements des consommateurs et les données concurrentielles pour orienter les décisions stratégiques de l'entreprise.

➤ **Service Client**

Le Responsable Service Client supervise toutes les activités liées au support client. Il garantissant une assistance efficace et professionnelle à tous les utilisateurs de la plateforme hanooty. Il surveille les indicateurs de performance clés liés à la satisfaction client et met en œuvre des initiatives pour améliorer continuellement l'expérience client.

Il est le premier point de contact pour les utilisateurs de hanooty. Ils répondent aux questions des clients, résolvent les problèmes techniques et offrent un soutien personnalisé pour garantir une expérience utilisateur exceptionnelle. Ils sont formés pour traiter efficacement les demandes et fournir des solutions rapides et précises.

➤ **Commercial**

Le Responsable Commercial est chargé de développer et de mettre en œuvre des stratégies de vente efficaces pour hanooty. Il définissant des objectifs de vente et des plans d'action pour atteindre et dépasser les quotas de vente. Il entretient des relations avec les clients existants et identifie de nouvelles opportunités commerciales pour stimuler la croissance de l'entreprise.

➤ **Recherche & Développement**

Les Développeurs et Ingénieurs sont responsables de la conception, du développement et de la maintenance de la plateforme hanooty. Ils utilisent les dernières technologies et pratiques de développement pour créer une solution e-commerce robuste, évolutive et sécurisée. Ils travaillent en étroite collaboration avec les autres équipes pour intégrer de nouvelles fonctionnalités, résoudre les problèmes techniques et garantir une expérience utilisateur optimale.

Cet organigramme détaillé de hanooty met en lumière les rôles spécifiques de chaque membre de l'équipe, décrivant leurs responsabilités et leurs contributions à la réussite de l'entreprise.

### **2.3- La fiche d'identité de l'organisme d'accueil :**


Hanooty est une startup privée, constituée sous la forme juridique d'une SARL (Société à Responsabilité Limitée), établie à Bouteldja Houadef, N5 Ben Aknoun. Elle a été lancée en septembre 2023 par Monsieur Fouad Benkhelfellah et le Dr Aberrahim Abdellaoui, ainsi qu'une équipe de 12 employés qualifiés. Hanooty dispose d'un capital social de 100 000 DZD., Hanooty s'engage à fournir des solutions innovantes dans le domaine du commerce en ligne.

Le tableau suivant présente une fiche signalétique de l'entreprise de hanooty :

**Figure 13: Fiche signalétique**

Nom de l'entreprise : 

hanooty
---------

<b>Type de l'entreprise</b>	Entreprise privée
<b>Forme juridique</b>	SARL "Société à Responsabilité Limitée"
<b>Secteur d'activité</b>	Développement de solution web
<b>Logo</b>	
<b>Date de création</b>	Septembre 2023
<b>Dirigeant</b>	Fouad Benkhelfellah
<b>Chiffre d'affaire</b>	100.000 DZD
<b>Effectif totale</b>	12 employés
<b>Adresse</b>	Bouteldja Houadef, N5 Ben Aknoun
<b>N de téléphone</b>	+2136601090
<b>Site web</b>	www.hanooty.com

**Source** : élaboré par nous même à partir le Business plan et les entretiens

Dans ce chapitre, nous avons exposé le cadre organisationnel de Hanooty DZ où notre stage de fin d'études s'est déroulé. Par la suite, nous avons exposé la méthode utilisée dans notre étude, en mettant en évidence les outils utilisés pour recueillir les données, à savoir l'entretien semi-directif que nous mènent avec l'équipe fondatrice de la startup en utilisant un guide d'entretien.

En conclusion, cette méthodologie de recherche qualitative vise à répondre de manière approfondie aux questions de recherche posées, tout en apportant une contribution significative au domaine d'étude du lean startup dans le contexte spécifique d'une startup Algérienne. En mettant en avant les actions et interactions des acteurs, cette approche méthodologique cherche à fournir des résultats fiables et à mettre en lumière les pratiques et les défis rencontrés dans l'application du lean startup.

## **Chapitre : 03**

### **Résultats et discussion**

Dans ce troisième chapitre nous allons présenter en premier lieu les résultats de notre recherche. On analyse les résultats des entretiens semi directifs réalisés avec l'équipe fondatrice de hanooty dans le cadre de réalisés les principaux de lean startup. La dernière section sera consacrée à la discussion sur les résultats obtenus.

## **Section 01 : Présentation et analyse des résultats**

Dans cette section, nous approfondirons les résultats obtenus à travers les entretiens semi-directifs avec l'équipe fondatrice de Hanooty DZ. Nous examinerons en détail les thèmes émergents, les insights significatifs ainsi que les implications pratiques et académiques pour l'application de la méthodologie Lean Startup dans le contexte algérien.

### **3.1- Résultats des Entretiens Semi-Directifs**

Les entretiens semi-directifs ont été menés avec l'équipe fondatrice de Hanooty DZ afin de comprendre leur perception de l'application de la méthodologie Lean Startup.

#### **Thème 1 : Perception de l'Approche Lean Startup**

Dans cette partie, nous nous plongerons dans l'évaluation minutieuse de la manière dont l'équipe fondatrice de Hanooty DZ perçoit l'approche Lean Startup. Malgré les attentes initiales, les entretiens ont révélé une lacune dans la compréhension des principes fondamentaux de cette approche au sein de l'équipe. Les discussions ont mis en lumière une vision vague et superficielle de concepts clés tels que la validation rapide des idées, la construction itérative de produits et l'importance de l'itération basée sur les retours clients, Les réponses de l'équipe fondatrice de hanooty sur la connaissance du sujet à la question qu'est ce que le lean canvas varient entre : « *Qu'est-ce que le Lean Canvas ?* » et « *Je ne connais rien à ce sujet.* » Le chef de services client à évoquer, Et le fondateurs de hanooty souligne « *Je connais un peu cette méthodologie.* ».

Cette perception limitée pourrait être attribuée à divers facteurs. Tout d'abord, un manque de formation spécifique sur l'approche Lean Startup au sein de l'équipe pourrait avoir entravé la pleine assimilation de ses principes. L'absence de ressources dédiées à la compréhension et à la mise en œuvre de cette approche peut avoir créé une barrière à l'adoption complète de ses concepts. De plus, des préjugés antérieurs ou des interprétations erronées des concepts clés pourraient avoir influencé la perception de l'équipe, limitant ainsi sa capacité à saisir pleinement les tenants et aboutissants de l'approche.

En outre, il est possible que l'équipe ait été confrontée à des défis dans l'application pratique de ces principes. Les contraintes opérationnelles, financières ou culturelles peuvent avoir compliqué la mise en œuvre efficace de l'approche Lean Startup, entraînant ainsi une compréhension limitée de sa pertinence et de son efficacité dans le contexte spécifique de Hanooty DZ.

Une analyse approfondie des réponses des membres de l'équipe permettra d'explorer les nuances de leurs perceptions. En comprenant les raisons sous-jacentes à cette compréhension limitée, nous pourrions mieux évaluer les implications de ces perceptions sur la mise en œuvre réussie de l'approche Lean Startup dans le contexte de Hanooty DZ. Cette exploration approfondie nous permettra d'identifier les lacunes à combler et les opportunités à saisir pour renforcer la compréhension et l'application de l'approche Lean Startup au sein de la startup.

## **Thème 2 : Adaptation au Contexte Algérien**

Cette section met en lumière les défis spécifiques auxquels l'équipe fondatrice de Hanooty DZ a été confrontée lors de l'application des principes Lean Startup dans le contexte algérien. Les entretiens ont révélé une série de contraintes, notamment les limitations financières, réglementaires et culturelles, qui peuvent influencer le processus d'innovation et de développement de la startup.

**Limitations Financières :** Les entretiens ont souligné que les limitations financières sont l'un des principaux défis pour Hanooty DZ par exemple le marketing manager souligne : « *Nous travaillons toujours avec l'approche Lean Startup, mais cela prend beaucoup de temps et coûte cher* », Ces limitations entravent la capacité de la startup à investir dans la recherche et le développement, à acquérir les ressources technologiques et humaines nécessaires à son expansion, ainsi qu'à développer et mettre en œuvre de nouvelles fonctionnalités et solutions pour ses clients.

**Barrières Culturelles :** Les entretiens ont également souligné l'importance des barrières culturelles dans le contexte de l'entrepreneuriat en Algérie aussi le responsable de service clients souligne : « *Depuis le début de hanooty, nous travaillons avec cette méthodologie, mais nous ne savions pas à quoi elle ressemblait* » ; Les différences culturelles en matière de mentalité entrepreneuriale, de perception du risque et d'attentes des clients peuvent influencer les décisions stratégiques de Hanooty DZ et son approche de l'innovation. La nécessité de naviguer dans un environnement culturel complexe et parfois conservateur peut constituer un défi supplémentaire pour la startup.

Une analyse approfondie de ces défis permettra d'identifier les obstacles les plus prédominants auxquels est confrontée Hanooty DZ et les stratégies d'adaptation mises en œuvre par l'équipe pour les surmonter. En examinant les réponses des membres de l'équipe et en les confrontant aux réalités socio-économiques de l'Algérie, nous pourrions mieux comprendre les complexités de l'entrepreneuriat dans ce contexte particulier. Cette compréhension approfondie est essentielle pour formuler des recommandations pratiques et stratégiques visant à renforcer la résilience et la croissance de Hanooty DZ dans son environnement opérationnel unique.

### **Thème 3 : Le rôle des principes de lean startup sur l'amélioration chez hanooty**

Dans cette section, nous plongeons dans l'exploration du rôle de l'application des principes Lean Startup sur l'amélioration de Hanooty DZ. Malgré le manque de compréhension solide de l'approche Lean Startup exprimée par l'équipe fondatrice, les entretiens ont mis en lumière des améliorations significatives dans l'efficacité opérationnelle de la startup.

**Améliorations Significatives :** Les entretiens ont révélé que malgré les lacunes dans la compréhension des principes Lean Startup, Hanooty DZ a réalisé des améliorations notables dans ses opérations le fondateur confirme : « *Maintenant, je comprends bien comment utiliser cette approche et, inshallah, nous continuerons notre parcours avec l'approche Lean Startup.* » ; Ces améliorations peuvent se manifester sous diverses formes, telles qu'une utilisation plus efficace des ressources, une optimisation des processus internes, une réduction des délais de développement et une meilleure réponse aux besoins des clients.

**Attribution à l'Application des Principes Lean Startup :** Il est crucial d'évaluer dans quelle mesure ces améliorations sont attribuables à l'application consciente des principes Lean Startup. Bien que l'équipe fondatrice puisse ne pas avoir une compréhension solide de cette méthodologie, il est possible que certains concepts ou pratiques Lean aient été adoptés de manière intuitive ou informelle, contribuant ainsi aux améliorations observées.

**Défis Persistants et Domaines d'Amélioration Potentiels :** En examinant les réponses des membres de l'équipe, nous pourrions également identifier les défis persistants et les domaines d'amélioration potentiels pour Hanooty DZ. Ces défis pourraient inclure des obstacles opérationnels spécifiques, des lacunes dans les compétences ou les ressources disponibles, ainsi que des opportunités d'optimisation supplémentaires pour renforcer davantage l'efficacité opérationnelle de la startup à l'avenir.

Une compréhension approfondie de l'impact de l'application des principes Lean Startup sur l'efficacité opérationnelle de Hanooty DZ est essentielle pour guider les efforts d'amélioration continue et soutenir la croissance durable de la startup. Cette analyse permettra d'identifier les meilleures pratiques à renforcer et les ajustements à apporter pour maximiser l'efficacité opérationnelle et le succès futur de Hanooty DZ.

En résumé, cette analyse détaillée des résultats des entretiens semi-directifs mettra en lumière les perceptions, les défis et les réalisations de l'équipe fondatrice de Hanooty DZ en matière d'application de la méthodologie Lean Startup. Cette compréhension approfondie nous permettra de formuler des recommandations pratiques et stratégiques pour renforcer l'efficacité opérationnelle et promouvoir l'innovation au sein de la startup.

## **Section 02 : Discussion des résultats**

Dans la section 2 de notre étude, nous avons examiné en détail les résultats de notre analyse, en nous concentrant sur trois modèles spécifiques : le Business Model Canvas (BMC), le Lean Canvas et le Canvas de Valeur. Ces modèles nous ont fourni un aperçu approfondi de la proposition de valeur, du modèle économique et des avantages concurrentiels de Hanooty DZ.

La discussion des résultats obtenus lors du stage pratique chez Hanooty DZ, comparés à ceux des recherches précédentes, offre une perspective riche sur les pratiques entrepreneuriales et les défis rencontrés par les startups, ainsi que sur les institutions éducatives en évolution.

L'analyse des modèles BMC, Lean Canvas et Canvas de Valeur chez Hanooty DZ a révélé une compréhension approfondie de la proposition de valeur, du modèle économique et des avantages concurrentiels de la startup. Ces modèles ont permis de définir clairement les segments de clientèle ciblés, mettant en évidence l'importance d'une plateforme e-commerce conviviale et personnalisable. De plus, la gestion des relations clients, tant en ligne qu'hors ligne, a été identifiée comme cruciale pour assurer une interaction personnalisée et renforcer la fidélité des clients. Les principaux revenus de Hanooty DZ, provenant des abonnements mensuels ou annuels pour l'utilisation de la plateforme, ainsi que des services complémentaires tels que la conception de sites web sur mesure, ont été clairement définis. Les ressources clés, notamment l'équipe de développement, le service client et les partenariats stratégiques, ont été identifiées comme des éléments essentiels pour soutenir les activités clés de développement de la plateforme e-commerce et la gestion des partenariats.

Les recherches antérieures mettent en lumière plusieurs points intéressants. Les études menées par (Blank S. , 2013), (Ghezzi & Al, 2015), ainsi que (Bortolini, 2021), ont mis en évidence l'efficacité de l'approche Lean Startup dans la création et la croissance des startups. Ces travaux soulignent l'importance de l'écoute des retours clients, de l'ajustement rapide et de la minimisation des risques pour assurer le succès des entreprises. De plus, ils mettent en avant l'agilité et l'innovation favorisées par les méthodologies modernes telles que le Business Model Design et l'Approche Lean Startup.

En plus, l'étude sur l'Université Polis, menée par (Karafili, 2023), offre un aperçu unique de l'évolution des institutions éducatives. Cette recherche met en avant l'importance de capitaliser sur les activités existantes tout en explorant de nouvelles opportunités, tout en

soulignant les défis spécifiques auxquels sont confrontées les universités des Balkans occidentaux, tels que les politiques éducatives restrictives et la bureaucratie.

La discussion de ces résultats souligne l'importance de l'apprentissage continu, de l'innovation et de l'adaptabilité pour les startups et les institutions éducatives dans un environnement concurrentiel en constante évolution. En intégrant ces enseignements dans leur stratégie, Hanooty DZ et d'autres organisations peuvent renforcer leur position sur le marché et maximiser leur impact à long terme.

### **Résultats de l'analyse documentaire :**

L'analyse approfondie des documents réalisé par nous même sur les modèles BMC, Lean Canvas et Canvas de Valeur a permis d'obtenir un aperçu détaillé de la proposition de valeur, du modèle économique et des avantages concurrentiels de Hanooty DZ. Cette section présente une exploration approfondie de chaque modèle, mettant en lumière leurs contributions distinctes à la compréhension de la stratégie et de la valeur de la startup.

#### **2.1- Business Model Canvas (BMC) :**

Le Business Model Canvas (BMC) offre une perspective détaillée sur la façon dont Hanooty DZ crée, fournit et capture de la valeur. En examinant chaque bloc du BMC, nous pouvons comprendre en profondeur le fonctionnement de cette startup. Le BMC de hanooty réaliser par nous même il sont dans l'annexe 2.

##### **a) Segment de Clientèle :**

Hanooty DZ cible principalement les e-commerçants, incluant les entrepreneurs débutants, les petites entreprises et les commerçants en ligne. Cette segmentation précise permet à Hanooty DZ de personnaliser son offre en fonction des besoins spécifiques de chaque segment.

##### **b) Proposition de Valeur :**

L'offre de valeur unique de Hanooty DZ réside dans sa plateforme conviviale et personnalisable pour la création de magasins en ligne. Les caractéristiques clés comprennent la facilité d'utilisation, la personnalisation avancée des sites et un support client exceptionnel, fournissant ainsi une solution complète pour les e-commerçants.

##### **c) Canaux de Distribution :**

Hanooty DZ utilise une variété de canaux de distribution pour atteindre ses clients, notamment son site web professionnel, les réseaux sociaux (comme Facebook et Instagram)

pour la publicité payante, ainsi que la participation à des événements marketing et des salons professionnels.

**d) Relations Clients :**

Les relations clients sont entretenues à la fois en ligne, via le site web de Hanooty DZ, et hors ligne, par le biais de communications directes telles que les messages sur WhatsApp et les rendez-vous en face à face dans leurs bureaux. Cette méthode assure une interaction personnalisée avec les clients.

**e) Revenus :**

Hanooty DZ génère des revenus principalement grâce à des abonnements mensuels ou annuels payés par ses clients pour l'utilisation de la plateforme. En outre, la startup propose des services complémentaires tels que la conception de sites web sur mesure, le référencement et la gestion des médias sociaux, générant ainsi des revenus supplémentaires.

**f) Ressources Clés :**

Les ressources clés de Hanooty DZ comprennent son équipe de développement plus son équipe de travail tel que le directeur marketing et le fondateur pour la gestion plus l'équipe de service client et le commerciale, son site web, ses réseaux sociaux,

**g) Activités Clés :**

Les activités clés de Hanooty DZ incluent le développement continu de sa plateforme e-commerce, la gestion de ses partenariats stratégiques, ainsi que la fourniture de services personnalisés à ses clients.

**h) Partenaires Clés :**

Hanooty DZ collabore avec des partenaires clés tels que les entreprises de livraison, Chargily pour les paiements en ligne, RMM pour le marketing, ainsi que des freelancers pour des besoins spécifiques tels que le design et la photographie.

**i) Structure de Coûts :**

Les principaux coûts de Hanooty DZ comprennent les salaires de son équipe, les frais d'hébergement et de maintenance des serveurs, les coûts de marketing et de promotion, ainsi que les frais de développement et de mise à jour de sa plateforme.

En résumé, l'analyse détaillée du BMC de Hanooty DZ met en lumière les différents aspects de son modèle économique, des segments de clientèle aux activités clés en passant par les sources de revenus et les partenaires stratégiques. Cette compréhension approfondie est essentielle pour guider les décisions stratégiques de la startup et maximiser son succès sur le marché.

<b>Business Model Canvas</b>	<i>Conçu pour:</i>	<i>Conçu par:</i>	<i>Date:</i>	<i>Version:</i>
	hanooty	Nouadri Bouthaina	20/04/2024	A

<b>Partenaires clés</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les entreprise de livraison ( Yalidine, Zedexpress... )</li> <li>- Chargily pour encouragé le e-paiement</li> <li>- RMM ( Rahim média marketing )</li> <li>- les freelancers ( pour les design, les photos... )</li> </ul>	<b>Activités clés</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Développement des site e-commerce</li> </ul>	<b>Propositions de valeur</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- minimiser les couts</li> <li>- réduction le temps de création de site</li> <li>- reduction des efforts, plus l'organisation de travail</li> </ul>	<b>Relations Clients</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sur site</li> <li>- message sur whatsapp</li> <li>- rendez-vous face à face sur bureau</li> </ul>	<b>Segments de clientèles</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tout les ecomercant</li> <li>- vent B2B</li> </ul>
	<b>Resources clés</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les ressources Humains</li> <li>-Le site web</li> <li>- Les réseaux sociaux</li> </ul>		<b>Canaux de distribution</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- le site proffessionelle</li> <li>- les resaux sociaux ( facebook ads , instagram ads ... )</li> <li>- la participation aux événement )</li> </ul>	

<b>Structure des couts</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les salair de l'équipe</li> <li>- les frais d'hébergement et de maintenance des serveurs</li> <li>- les couts de marketing et de promotion</li> <li>- les frais de développement et de mise à jour de la plateforme</li> </ul>	<b>Source de revenue</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hanooty génère des revenus principalement grâce à des abonnements mensuels ou annuels payés par ses clients pour l'utilisation de la plateforme.</li> <li>- Il peut également proposer des services complémentaires tels que la conception de sites web sur mesure, le référencement, ou la gestion des médias sociaux moyennant des frais supplémentaires.</li> </ul>
---	---

## **2.2 Lean Canvas :**

Le Lean Canvas offre une vue d'ensemble succincte mais détaillée des principaux aspects du modèle économique de Hanooty DZ, mettant en lumière les hypothèses clés, les problèmes des clients, les solutions proposées et les métriques critiques à suivre pour mesurer le succès. Plongeons dans les détails de chaque composante du Lean Canvas de Hanooty DZ il sont dans l'annexe 3:

### **1) Problème :**

Hanooty DZ identifie deux problèmes majeurs auxquels sont confrontés les e-commerçants en Algérie :

1. Les coûts et les délais de développement et d'hébergement de sites e-commerce sont prohibitifs. Cette problématique entrave la mise en place rapide et abordable de plateformes de vente en ligne pour les entrepreneurs algériens.

- Les coûts élevés et les délais prolongés dissuadent de nombreux entrepreneurs de se lancer dans le commerce électronique, limitant ainsi le potentiel de croissance du secteur en Algérie.

- Cette situation crée un besoin pressant de solutions abordables et efficaces pour permettre aux entrepreneurs d'accéder plus facilement au marché en ligne.

2. La mauvaise organisation des produits des e-commerçants constitue une barrière à une expérience utilisateur fluide et efficace sur les sites de commerce en ligne en Algérie.

- La difficulté pour les clients de trouver facilement les produits souhaités sur les sites e-commerce entrave leur expérience d'achat en ligne, ce qui peut dissuader les achats futurs et nuire à la réputation des entreprises.

- Une organisation efficace des produits et une navigation intuitive sont essentielles pour améliorer l'expérience utilisateur et encourager les ventes en ligne.

### **2) Solution :**

Pour répondre à ces problèmes, Hanooty DZ propose une solution intégrée et novatrice :

1. Offrir une plateforme e-commerce clé en main avec hébergement et support complet à un coût abordable. Cette solution permet de réduire à la fois les coûts et les délais de développement des sites e-commerce, facilitant ainsi l'entrée sur le marché des e-commerçants en Algérie.

- En proposant une solution tout-en-un, Hanooty DZ élimine la complexité et les obstacles financiers associés au développement et à l'hébergement de sites e-commerce, offrant ainsi aux entrepreneurs une voie plus accessible vers le commerce en ligne.

2. Fournir une assistance et un suivi continu pendant le processus de création du site. Cela garantit une expérience client optimale et une meilleure organisation des produits en ligne, améliorant ainsi la satisfaction client et la performance des sites e-commerce.

- Un soutien personnalisé et un accompagnement tout au long du processus de création et de gestion du site permettent aux entrepreneurs de bénéficier de conseils d'experts et de surmonter les obstacles techniques et logistiques.

### **3) Proposition de Valeur Unique :**

La proposition de valeur unique de Hanooty DZ repose sur trois piliers essentiels :

1. Minimiser les coûts de création et d'hébergement des sites e-commerce. Hanooty DZ offre une solution abordable pour les entrepreneurs en ligne, réduisant ainsi les barrières à l'entrée sur le marché.

- En proposant des tarifs compétitifs et des packages tout compris, Hanooty DZ permet aux entrepreneurs de lancer leur activité en ligne sans compromettre leur budget.

2. Réduire le temps de création des sites e-commerce. En proposant une plateforme clé en main, Hanooty DZ permet aux e-commerçants de mettre en place leur boutique en ligne rapidement et efficacement.

- Grâce à une interface conviviale et des outils intuitifs, Hanooty DZ simplifie le processus de création de site, permettant aux entrepreneurs de se concentrer sur le développement de leur entreprise plutôt que sur les aspects techniques.

3. Améliorer l'organisation du travail pour les e-commerçants.

En fournissant un support complet et un suivi personnalisé, Hanooty DZ aide les e-commerçants à optimiser la gestion de leurs produits en ligne, facilitant ainsi leur activité commerciale.

- Des fonctionnalités avancées de gestion des stocks, de suivi des commandes et d'analyse des données permettent aux entrepreneurs de gérer efficacement leur entreprise et de prendre des décisions éclairées pour stimuler leur croissance.

#### **4) Segments de Clientèle :**

Hanooty DZ cible principalement deux segments de clientèle :

1. Tous les e-commerçants, qu'il s'agisse de petites entreprises ou de commerçants individuels, qui cherchent à développer leur présence en ligne en Algérie.

- En offrant des solutions adaptées aux besoins de chaque client, Hanooty DZ s'adresse à un large éventail d'entrepreneurs, quels que soient leur secteur d'activité et leur niveau d'expertise en ligne.

2. Le marché B2B, offrant ses services aux entreprises cherchant à développer leur activité e-commerce en fournissant des solutions clés en main à leurs clients.

- En établissant des partenariats stratégiques avec d'autres entreprises, Hanooty DZ étend son marché et accède à de nouvelles opportunités de croissance dans le secteur B2B.

#### **5) Canaux :**

Pour atteindre ses clients, Hanooty DZ utilise une variété de canaux, notamment :

1. Son site professionnel, qui sert de plateforme principale pour présenter ses services et attirer de nouveaux clients.

- En mettant en avant ses fonctionnalités et ses avantages concurrentiels sur son site web, Hanooty DZ attire l'attention des entrepreneurs en ligne et les incite à explorer ses offres.

2. Les réseaux sociaux, tels que Facebook et Instagram, où Hanooty DZ peut promouvoir ses services via des annonces payantes et des publications organiques.

- En utilisant les réseaux sociaux pour diffuser du contenu pertinent et engager sa communauté en ligne, Hanooty DZ renforce sa présence sur le marché et établit des relations durables avec ses clients potentiels.

3. La participation à des événements, tels que des salons professionnels et des conférences, pour accroître sa visibilité et établir des relations avec les acteurs du marché.

En se positionnant comme un acteur clé de l'industrie lors d'événements sectoriels, Hanooty DZ renforce sa crédibilité et élargit son réseau professionnel, ce qui peut déboucher sur de nouvelles opportunités commerciales.

#### **6) Coûts :**

Hanooty DZ supporte plusieurs coûts pour maintenir et développer ses activités, notamment :

1. Les salaires de l'équipe, qui comprennent les développeurs, les spécialistes du marketing et le personnel de support client.

- En investissant dans des talents qualifiés et motivés, Hanooty DZ assure la qualité de ses services et renforce sa capacité à répondre aux besoins changeants de ses clients.

2. Les frais d'hébergement et de maintenance des serveurs, nécessaires pour garantir le bon fonctionnement de la plateforme en ligne.

- En optant pour des solutions d'hébergement fiables et évolutives, Hanooty DZ garantit la disponibilité et la sécurité de ses services, renforçant ainsi la confiance de ses clients.

3. Les coûts de marketing et de promotion, englobant les dépenses liées à la publicité en ligne, aux partenariats stratégiques et aux campagnes de communication.

- En allouant une part importante de son budget à la promotion de ses services, Hanooty DZ accroît sa visibilité sur le marché et stimule la demande pour ses solutions.

4. Les frais de développement et de mise à jour de la plateforme, qui visent à améliorer constamment les fonctionnalités et les performances de Hanooty DZ.

- En investissant dans la R&D et l'innovation, Hanooty DZ reste à l'avant-garde de l'industrie et anticipe les besoins futurs de ses clients, assurant ainsi sa compétitivité à long terme.

## **7) Revenus :**

Hanooty DZ génère des revenus principalement grâce à des abonnements mensuels ou annuels payés par ses clients pour l'utilisation de sa plateforme e-commerce. En outre, la startup propose des services complémentaires tels que la conception de sites web sur mesure, le référencement et la gestion des médias sociaux, générant ainsi des revenus supplémentaires.

- En adoptant un modèle de revenus diversifié, Hanooty DZ assure sa stabilité financière et sa capacité à répondre aux besoins variés de sa clientèle, renforçant ainsi sa position sur le marché.

		Conçu pour:	Conçu par:	Date:	Version:
<b>Lean Canvas</b>		Hanooty	Nouadri Bouthaina	25/04/2024	A
<b>Problème</b>	<b>Solution</b>	<b>Prop. de valeur unique</b>	<b>Avantage compétitif</b>	<b>Segments de clientèles</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Temps et les couts du développement et d'hébergement de ste e-commerce en Algérie.</li> <li>- la mal organisation des produits des e-commerçant.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- offre un site e-commerce avec hébergement plus tous les détail pour commance le e-commerce en Algérie avec un support et un suivi au cours de le travail avec des offre resonable ( moindre cout )</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- minimiser les couts de création et d'hébergement des site e-commerce</li> <li>- réduction le temps de création de site</li> <li>- reduction des efforts, plus l'organisation de travail</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- un produit algérien fourni au les e-comerçant pour organiser et faciliter leur travail</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tout les ecomerçant</li> <li>- vent B2B</li> </ul>	
<b>Alternatives existantes</b>	<b>Indicateurs de performance</b>	<b>Votre « Pitch »</b>	<b>Canaux</b>	<b>Utilisateurs pionniers</b>	
La concurrence	<ul style="list-style-type: none"> <li>- le nombre de vente</li> <li>- le nombre des abonnées</li> <li>- les commentaires des clients ( le feedack )</li> <li>- l'images de marque de l'entreprise</li> </ul>	Tout le monde peut créer sa propre entreprise de commerce électronique	<ul style="list-style-type: none"> <li>- le site professionnelle</li> <li>- les resaux sociaux ( facebook ads , instagram ads ... )</li> <li>- la participation aux événement )</li> </ul>		
<b>Coûts</b>			<b>Revenus</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- les salair de l'équipe</li> <li>- les frais d'hébergement et de maintenance des serveurs</li> <li>- les couts de marketing et de promotion</li> <li>- les frais de développement et de mise à jour de la plateforme</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hanooty génère des revenus principalement grâce à des abonnements mensuels ou annuels payés par ses clients pour l'utilisation de la plateforme.</li> <li>- Il peut également proposer des services complémentaires tels que la conception de sites web sur mesure, le référencement, ou la gestion des médias sociaux moyennant des frais supplémentaires</li> </ul>		

### **2.3 Canvas de Valeur (VPC):**

Voici une liste des gains et des pains dans le cas de Hanooty DZ :

#### **1. Gains :**

1. Facilité d'utilisation : La plateforme de Hanooty DZ offre une expérience conviviale et intuitive, facilitant la création et la gestion de boutiques en ligne pour les utilisateurs, même sans expertise technique.
2. Personnalisation : Les utilisateurs peuvent personnaliser leurs boutiques en ligne selon leurs besoins et leurs préférences, ce qui leur permet de créer des sites uniques et attrayants qui correspondent à l'image de leur marque.
3. Support Client Exceptionnel : Hanooty DZ offre un soutien client réactif et personnalisé, accompagnant les utilisateurs à chaque étape de leur parcours, ce qui renforce la confiance et la fidélité des clients.
4. Diversité des fonctionnalités : La plateforme propose une gamme étendue de fonctionnalités et d'outils pour la gestion des boutiques en ligne, offrant aux utilisateurs des solutions complètes pour leurs besoins commerciaux.
5. Modèle Économique Flexible : Hanooty DZ propose un modèle économique flexible basé sur des abonnements mensuels ou annuels, ainsi que des services complémentaires optionnels, offrant aux utilisateurs des options adaptées à leurs budgets et à leurs besoins.

#### **2. Pains :**

1. Coût Initial : Certains utilisateurs peuvent être découragés par le coût initial de la mise en place d'une boutique en ligne, même si Hanooty DZ offre des tarifs compétitifs.
2. Complexité Technique : Pour certains utilisateurs novices, la gestion d'une boutique en ligne peut être complexe, ce qui peut entraîner des difficultés lors de la configuration initiale ou de la modification ultérieure de leur site.
3. Dépendance Technologique : Les utilisateurs dépendent de la fiabilité et de la disponibilité de la plateforme Hanooty DZ pour maintenir leurs activités en ligne, ce qui peut poser un risque en cas de panne ou de problème technique.

4. Concurrence : Le marché des plateformes de création de boutiques en ligne est concurrentiel, avec de nombreux acteurs offrant des solutions similaires, ce qui peut rendre difficile pour Hanooty DZ de se démarquer et d'attirer de nouveaux utilisateurs.

5. Besoin de Formation : Certains utilisateurs peuvent avoir besoin d'une formation supplémentaire pour tirer pleinement parti des fonctionnalités avancées de la plateforme, ce qui peut nécessiter des investissements en temps et en ressources.

### **3. Jobs (Tâches à accomplir)**

1. Création de boutique en ligne : Les clients souhaitent créer rapidement et facilement une boutique en ligne pour vendre leurs produits ou services.

2. Gestion des produits et des commandes : Ils ont besoin de gérer efficacement leur inventaire et les commandes des clients.

3. Intégration des paiements et livraisons : Les clients veulent des solutions de paiement sécurisées et des options de livraison fiables.

4. Marketing et promotion : Ils cherchent à promouvoir leurs produits et attirer plus de clients via des outils marketing.

5. Suivi des performances : Ils ont besoin de suivre les performances de leur boutique en ligne à travers des outils d'analytics.

## Value Proposition Canvas

Conçu pour:

Nouadri Bouthaina

Conçu par:

hanooty

Date:

30/05/2024

Version:

A

### Product profile

#### Gains Créateurs

- Déploiement rapide
- Coût compétitif
- Outils marketing intégrés
- Analytique avancée
- Personnalisation

#### Service



#### Réducteurs de Douleurs

- Interface utilisateur intuitive
- Sécurité renforcée
- Support client dédié
- Gestion de stock automatisée
- Intégration tierce simplifiée

### Customer profile

#### Gains

- Facilité d'utilisation
- Personnalisation
- Support Client Exceptionnel
- Diversité des fonctionnalités
- Modèle Économique Flexible

#### Jobs

- Création de boutique en ligne
- Gestion des produits et des Commandes
- Intégration des paiements et livraisons
- Marketing et promotion
- Suivi des performances
- 

#### Pains

- Coût Initial
- Complexité Technique
- Dépendance Technologique
- Concurrence
- Besoin de Formation

Cette analyse approfondie des modèles BMC, Lean Canvas et Canvas de Valeur a fourni un aperçu complet de la stratégie et de la valeur de Hanooty DZ, permettant ainsi à l'équipe de mieux comprendre son positionnement sur le marché, ses opportunités de croissance et ses défis potentiels. Ces modèles ont servi de cadres analytiques puissants pour évaluer et améliorer la stratégie et le modèle économique de la startup, renforçant ainsi sa capacité à innover et à prospérer dans un environnement concurrentiel en évolution constante.

Nous avons facilité la réalisation d'un cycle complet de la méthodologie BML (Build-Measure-Learn) afin d'obtenir des résultats concrets et de répondre efficacement à notre question de recherche. En permettant cette démarche itérative, nous avons pu construire, mesurer et apprendre de manière continue tout au long du processus d'étude. Cette approche cyclique nous a permis de tester nos hypothèses, d'évaluer les performances de la startup Hanooty DZ et d'itérer en fonction des résultats obtenus. En adoptant cette méthode rigoureuse, nous avons pu maximiser la qualité de nos données et garantir une analyse approfondie et pertinente pour notre étude.

## **2.4- Cycle BML cas hannoty :**

Le cycle BML (Build-Measure-Learn) est une méthodologie centrale dans l'approche Lean Startup, visant à favoriser l'innovation itérative et l'apprentissage continu. Dans le contexte de Hanooty DZ, une startup spécialisée dans la création de boutiques en ligne, cette méthodologie revêt une importance capitale pour assurer le succès et la pertinence continue de sa plateforme.

### **1. Build (Construire) :**

La phase de construction dans le cycle BML implique que l'équipe de Hanooty DZ se concentre sur la concrétisation des idées et des concepts identifiés comme prioritaires pour améliorer l'expérience utilisateur et répondre aux besoins du marché. Cette étape nécessite le développement et le déploiement de fonctionnalités clés de la plateforme. L'équipe adopte une approche agile, travaillant en cycles courts pour livrer rapidement des versions minimales viables (MVP) de la plateforme. L'objectif est de mettre sur pied une base solide qui pourra être affinée et améliorée par la suite.

### **2. Measure (Mesurer) :**

La phase de mesure est cruciale pour évaluer l'efficacité de la plateforme Hanooty DZ. Contrairement à la croyance selon laquelle seules les données quantitatives sont utilisées, Hanooty DZ reconnaît également l'importance des données qualitatives. En plus des métriques traditionnelles telles que le taux de conversion des visiteurs en clients ou le taux d'abandon du panier, l'équipe accorde une attention particulière aux retours des utilisateurs. Ces retours, qu'ils soient positifs ou négatifs, fournissent des informations précieuses sur les préférences des utilisateurs et les domaines à améliorer dans la plateforme.

### **3. Learn (Apprendre) :**

Basé sur les données recueillies, l'équipe de Hanooty DZ tire des enseignements sur ce qui fonctionne bien et ce qui doit être amélioré. Cette phase d'apprentissage est essentielle car elle guide les décisions futures en matière de développement et de stratégie. En analysant à la fois les données quantitatives et qualitatives, l'équipe peut mieux comprendre les besoins et les préférences des utilisateurs, et ainsi adapter la plateforme en conséquence. De plus, cette phase permet de valider ou d'invalider des hypothèses initiales sur le marché et les besoins des clients, ce qui éclaire les futures itérations de la plateforme.

### **Application dans Hanooty DZ :**

Le cycle BML est intégré de manière continue dans les opérations de Hanooty DZ. En utilisant une approche itérative et en apprenant constamment des retours des utilisateurs, l'équipe peut itérer et améliorer la plateforme pour répondre aux besoins changeants du marché. Cette approche permet à Hanooty DZ de rester agile et réactif, garantissant ainsi une expérience utilisateur de haute qualité et une position concurrentielle solide dans le domaine du commerce électronique. En définitive, le cycle BML constitue le pilier de l'approche Lean Startup de Hanooty DZ, favorisant son évolution continue et son succès à long terme.

Dans ce chapitre, nous avons analysé les résultats de notre recherche sur Hanooty DZ. Nous avons examiné la perception de l'approche Lean Startup par l'équipe fondatrice, les défis rencontrés dans le contexte algérien, et l'impact sur l'efficacité opérationnelle. En discutant des modèles BMC, Lean Canvas et Canvas de Valeur, nous avons obtenu un aperçu détaillé de la proposition de valeur, du modèle économique et des défis de la startup. Le cycle BML (Build-Measure-Learn) est intégré pour favoriser l'innovation itérative et l'apprentissage continu chez Hanooty DZ.

# **Conclusion générale**

L'étude de l'application de l'approche Lean Startup chez Hanooty DZ a permis de mettre en lumière plusieurs éléments cruciaux de son implémentation dans le contexte spécifique d'une startup algérienne. Hanooty DZ, fondée en 2022, a réussi à intégrer les principes fondamentaux du Lean Startup pour naviguer efficacement dans le marché algérien du commerce électronique. La méthodologie Lean Startup, introduite par Eric Ries en 2011, repose sur une approche itérative et centrée sur le client, visant à tester rapidement les idées et à minimiser les risques grâce à des cycles "Construire-Mesurer-Apprendre".

L'analyse a révélé que Hanooty DZ a adopté avec succès cette approche en développant des produits minimaux viables (MVP) qui permettent de tester des hypothèses clés sur le marché. Ces MVP ont été utilisés pour recueillir des feedbacks utilisateurs précieux, qui ont ensuite été analysés et intégrés dans le processus de développement pour affiner et améliorer les produits. Cette approche a permis à Hanooty DZ de réduire significativement les coûts et les temps de développement, évitant ainsi les pièges des cycles de développement longs et coûteux.

Les résultats de l'étude montrent également que l'application du Lean Startup a permis à Hanooty DZ d'améliorer sa réactivité aux besoins des clients. Grâce à des cycles itératifs courts et à une attention constante aux retours des utilisateurs, Hanooty DZ a pu ajuster rapidement ses offres en fonction des demandes et des attentes du marché. Cette flexibilité a renforcé la satisfaction des utilisateurs et a aidé l'entreprise à se positionner favorablement dans un marché compétitif.

L'application de l'approche Lean Startup dans le contexte algérien présente plusieurs avantages et inconvénients. Parmi les avantages, on note la réduction des coûts et des temps de développement grâce à l'utilisation de produits minimaux viables (MVP), l'amélioration de la réactivité aux besoins des clients par des cycles itératifs courts, et une allocation plus efficace des ressources en invalidant rapidement les idées non viables.

Cependant, l'étude a aussi mis en évidence plusieurs défis spécifiques auxquels Hanooty DZ a dû faire face. Parmi ces défis figurent les contraintes financières qui limitent la capacité de la startup à investir dans des technologies avancées et des infrastructures de support. Le manque d'infrastructures technologiques développées en Algérie pose également des défis logistiques et opérationnels, nécessitant des solutions créatives pour surmonter ces obstacles. De plus, les réglementations locales et les barrières administratives peuvent ralentir l'innovation et compliquer le processus de lancement de nouveaux produits.

Un autre défi important est la résistance au changement au sein de l'organisation. L'adoption de la méthodologie Lean Startup nécessite un changement culturel significatif, où l'itération rapide et l'expérimentation sont valorisées par rapport à la planification traditionnelle et au développement à long terme. Cette transformation culturelle peut rencontrer des résistances de la part des employés et des dirigeants habitués à des méthodes plus conventionnelles de gestion et de développement.

Notre problématique centrale de recherche se résume à la question suivante : Comment appliquer le lean startup dans une startup Algérienne ? Pour répondre à cette question, nous avons effectué une revue de littérature afin de recueillir des informations sur les défis auxquels sont confrontés les dirigeants de startups en Algérie dans leur gestion organisationnelle et opérationnelle, ainsi que les facteurs qui influencent l'implémentation du Lean startup dans hanooty.

Cette recherche apporte une contribution significative à la littérature sur l'application du Lean Startup dans les pays en développement, et en particulier en Algérie. En offrant une étude de cas détaillée de Hanooty DZ, elle fournit des insights précieux sur les pratiques, les avantages et les défis associés à cette méthodologie dans un contexte économique spécifique. Les résultats de cette étude enrichissent la compréhension théorique et pratique de la manière dont le Lean Startup peut être utilisé pour stimuler l'innovation et l'efficacité opérationnelle dans des environnements économiques émergents.

En termes de recommandations pratiques, plusieurs mesures peuvent être proposées pour les entrepreneurs algériens et les startups cherchant à adopter la méthodologie Lean Startup. Premièrement, il est essentiel de commencer par développer un produit minimal viable (MVP) qui permet de tester rapidement et efficacement les hypothèses de marché. Ce MVP doit être conçu pour recueillir des données et des retours des utilisateurs, qui peuvent ensuite être utilisés pour informer et affiner le développement ultérieur du produit.

Deuxièmement, les startups devraient instaurer des cycles d'itération courts et réactifs, basés sur des feedbacks utilisateurs systématiques et des données analytiques rigoureuses. Cette approche permet de minimiser les risques en ajustant rapidement le produit en fonction des retours des utilisateurs et des conditions du marché. Les cycles courts permettent également une allocation plus efficace des ressources, en évitant les investissements lourds dans des fonctionnalités ou des produits qui ne répondent pas aux besoins des clients.

Troisièmement, pour surmonter les défis financiers et infrastructurels, il est recommandé de rechercher des partenariats stratégiques et des sources de financement alternatives. Les incubateurs, les accélérateurs, et les fonds de capital-risque peuvent fournir non seulement des ressources financières, mais aussi des conseils précieux et des réseaux de soutien. Ces partenariats peuvent aider les startups à accéder aux technologies et aux infrastructures nécessaires pour mettre en œuvre efficacement la méthodologie Lean Startup.

Quatrièmement, il est crucial de cultiver une culture organisationnelle ouverte au changement et à l'innovation. Cette culture doit valoriser l'expérimentation, l'apprentissage rapide et l'adaptation continue. Les employés doivent être formés aux principes du Lean Startup et encouragés à adopter une approche collaborative et flexible au développement de produits. Les dirigeants jouent un rôle clé dans la promotion de cette culture, en soutenant les initiatives de Lean Startup et en mettant en place des structures de soutien adéquates.

Cette étude présente plusieurs limites qui ont influencé la collecte et l'analyse des données.

**1. Lieu de Stage :** Le lieu de stage a joué un rôle crucial dans la réalisation de cette recherche. Le fait de mener l'étude dans une seule entreprise limite la généralisation des résultats. Les pratiques et les défis observés chez Hanooty DZ peuvent ne pas être représentatifs de toutes les startups algériennes ou même des startups dans le secteur du commerce électronique.

**2. Manque de Formation :** Un autre défi majeur a été le manque de formation approfondie sur le thème de la recherche. Bien que des connaissances de base sur le Lean Startup aient été acquises, une compréhension plus approfondie et spécialisée aurait permis une analyse plus nuancée et une application plus rigoureuse des concepts.

**3. Difficultés pour Obtenir un Lieu de Stage :** Trouver un lieu de stage approprié a été un défi en soi. De nombreuses entreprises hésitent à accueillir des stagiaires pour des recherches académiques, surtout dans des domaines aussi spécifiques que le Lean Startup. Cette difficulté a limité le choix de l'entreprise et, par conséquent, la diversité des données collectées.

**4. Rareté des Documents sur le Lean Startup en Algérie :** La documentation spécifique sur l'application du Lean Startup en Algérie est très limitée. La majorité des ressources disponibles sont globales et ne prennent pas en compte les particularités du marché algérien. Cette rareté a rendu difficile l'établissement de comparaisons et le développement d'une compréhension contextuelle approfondie.

Pour surmonter ces limites et enrichir les connaissances dans ce domaine, plusieurs pistes de recherche futures peuvent être envisagées :

**1. Application du Lean Startup dans Divers Secteurs Économiques :** Il serait pertinent d'explorer l'application de l'approche Lean Startup dans d'autres secteurs économiques en Algérie. Par exemple, des études pourraient être menées dans les secteurs de la santé, de l'agriculture ou de l'énergie pour voir comment les principes du Lean Startup sont adoptés et adaptés dans ces contextes variés.

**2. Études Comparatives entre Startups :** Une autre perspective intéressante serait de réaliser des études comparatives entre plusieurs startups algériennes. Cela permettrait de mettre en évidence les similitudes et les différences dans l'adoption du Lean Startup, et d'identifier des facteurs contextuels spécifiques qui influencent son succès.

**3. Impact des Politiques Publiques et des Initiatives Gouvernementales :** Il serait également utile d'explorer comment les politiques publiques et les initiatives gouvernementales influencent l'adoption du Lean Startup en Algérie. Des recherches pourraient examiner le rôle des incubateurs, des accélérateurs et des programmes de soutien gouvernementaux dans la promotion de cette méthodologie.

**4. Analyse Longitudinale :** Une étude longitudinale suivrait une ou plusieurs startups sur une période prolongée pour observer l'évolution de l'application du Lean Startup. Cette approche permettrait de comprendre comment les pratiques changent et s'améliorent au fil du temps, ainsi que les impacts à long terme sur la performance des startups.

**5. Formation et Sensibilisation :** Des recherches pourraient également se concentrer sur l'impact de la formation et de la sensibilisation au Lean Startup. Il serait intéressant de voir comment des programmes de formation spécifiques influencent l'adoption et l'efficacité de cette méthodologie dans les startups algériennes.

**6. Barrières Culturelles et Organisationnelles :** Une autre perspective serait d'étudier les barrières culturelles et organisationnelles à l'adoption du Lean Startup. Comprendre les résistances internes et les défis culturels pourrait aider à développer des stratégies pour faciliter la transformation organisationnelle nécessaire à l'application réussie de cette méthodologie.

En explorant ces perspectives, les futures recherches pourraient non seulement approfondir la compréhension de l'application du Lean Startup en Algérie, mais aussi fournir des recommandations pratiques et des stratégies d'adaptation pour les entrepreneurs locaux. Cela contribuerait à renforcer l'écosystème des startups en Algérie et à promouvoir l'innovation dans divers secteurs économiques.

En fin, cette étude de cas démontre que, malgré les défis, l'application du Lean Startup peut offrir des avantages substantiels aux startups algériennes. En suivant les recommandations proposées, d'autres startups peuvent également tirer parti de cette méthodologie pour améliorer leur efficacité, innover plus rapidement, et répondre de manière plus agile aux besoins changeants de leurs marchés. L'expérience de Hanooty DZ illustre clairement le potentiel du Lean Startup pour transformer les pratiques de gestion et de développement dans les environnements économiques émergents, offrant ainsi une voie prometteuse pour les entrepreneurs algériens.



# **Bibliographie**

## Bibliographie

- Achour–Djelfa–Algérie, Z. (2021). Les méthodes de gestion de projet «agiles» Project management methods «agile». *Journal scientifique internationale* .
- Alba, Y. A., Raúl, C. U., Rafael, C. S., & Clara, G. (2023). Agile methodologies and emotional intelligence: An innovative approach to team management.
- Anderson, D. J. (2003). *Agile management for software engineering: Applying the theory of constraints for business results*. . Prentice Hall Professional.
- Ankur, S. B. (2023). "The Importance of Building a Digital Business.
- Antonio, G. (2020). "How Entrepreneurs make sense of Lean Startup Approaches: Business Models as cognitive lenses to . *Journal of Business Research* .
- Antonio, G., & Angelo, C. (s.d.). Agile Business Model Innovation in Digital Entrepreneurship: Lean Startup Approaches.
- Antonio, G., & Angelo, C. (2018). Agile Business Model Innovation in Digital Entrepreneurship: Lean Startup Approaches.
- Antonio, G., Andrea, C., Andrea, R., & Raffaello, B. (2015). A Comparative Study on the Impact of Business Model Design & Lean Startup Approach versus Traditional Business Plan on Mobile Startups Performance.
- Archana, T. R., Olivia, P. F., Dimitri, M., Bjorn, C., Anirudh, P. B., & Ryan, W. (2023). Agile Methodology for the Standardization of Engineering Requirements Using Large Language Models. *Systems* , 11(7), 352.
- Ariani, D. W., & Apol, P. S. (2022). "Preparing the Startup Ecosystem for Building a New.
- Avenier, M. J. (2012). A quoi sert l'épistémologie dans la recherche en Sciences de gestion. *Le libellio d'Aegis* , 13-27.
- bank. ,*oncef*.
- Beck, K. B. (2001). Manifesto for agile software development.
- Beck, K. (2000). Extreme Programming Explained: Embrace Change. *Addison-Wesley, Reading, Mass* .
- Bentahar, O. A. (2016). La méthode Agile à l'épreuve de la complexité des projets SI: cas d'une SSII européenne. *La complexité des organisations* .
- Blank, S. (2013). Why the Lean Start-Up Changes Everything.
- Blank, S., & Bob, D. (2012). The Startup Owner's Manual. The Step-by-Step Guide for Building a Great Company, De Steve Blank & Bob Dorf, édité par K&SRanch, en mars 2012.
- Blank, s., & Dorf, B. (2012). The Startup Owner's Manual.

- Bortolini, R. F. (2021). Lean Startup: a comprehensive historical review. *Management decision* , 59(8), 1765-1783.
- Bryn, O. e. (2017). Suchasnyy stan finansuvannya startup proektiv v Ukrayini [État actuel du financement des projets de démarrage en Ukraine]. Suchasni pidkhody do upravlinnya pidpryemstvom,.
- Cockburn, A. (2002). Agile software development joins the " would-be". *crowd. Cutter IT Journal* , 15(1), 6-12.
- Combessie, J. C. (2007). L'entretien semi-directif:.
- Conboy, K. (2009). Agility from first principles: Reconstructing the concept of agility in information systems development. *Information systems research* , 340.
- Demaizière, F. &-C. (2007). Du positionnement épistémologique aux données de terrain. *Recherches en didactique des langues et des cultures. Les cahiers de l'Acedle* .
- Dennehy, D. K. (2019). A Lean Start-up approach for developing minimum viable products in an established company. *Journal of Decision Systems* , 28(3), 224-232.
- Dingsøyr, T. N.-B. (2012). Une décennie de méthodologies agiles : vers une explication du développement logiciel agile. *Journal des systèmes et logiciels* .
- Dumez, H. (2011). Eléments pour une épistémologie de la recherche qualitative en gestion. *Le Libellio d'Aegis* , 39-52.
- Eisenmann, C., Ries, E., & Dillard, A. (2012). *Hypothesis-driven entrepreneurship: The lean startup*.
- Eisenmann, T. R. (2011). HypothesisDriven Entrepreneurship : The Lean Startup. *Harvard Business School Background Note* , 32(3), 43–576.
- Eisenmann, T. R. (2012). *Hypothesis-driven entrepreneurship: The lean startup*.
- Eric, R. (2011). *The lean startup*.
- Ghezzi, A. (2020). How Entrepreneurs make sense of Lean Startup Approaches: Business Models as cognitive lenses to generate fast and frugal Heuristics. *Technological Forecasting and Social Change* , 161, 120324.
- Ghezzi, A., & Cavallo, A. (2018). Agile Business Model Innovation in Digital Entrepreneurship: Lean Startup Approaches.
- Held, T., & Zielske, M. (2019). Towards an understanding of the interrelation between agility and the success of logistic startups A multiple case study analysis.
- Karafili, E. &. (2023). Polis University after Lean Startup. *International Business Research* , 16(2), 1-40.
- Kenedi, B., & Achmad, N. H. (2023). "Discovering Success Factors in the Pioneering Stage of a Digital Startup.

- Lindvall, M. B. (2002). Empirical findings in agile methods. *Extreme Programming and Agile Methods—XP/Agile Universe* , pp. 197-207.
- Manuela, P., & Adrian, S. (2023). Agile methodology in online learning and how it can improve communication. A case study.
- Maurya, A. (2012.). Why Lean Canvas vs Business Model Canvas? . <https://blog.leanstack.com/why-lean-canvas-vs-business-model-canvasaf62c0f250f0> .
- Max, B., & Benjamin, L. P. (2023). "What do we know about startup-valuation driver?A.
- Merriame, S. (2002). *Introduction to qualitative research*. San Fransisco: Josey Bass.
- Misra, S. C. (2009). Identifying some important success factors in adopting agile software development practices. . *Journal of Systems and Software* .
- Müller, R. M. (2012). Design thinking vs. lean startup: A comparison of two user-driven innovation strategies. *Leading through design* , 151, 91-106.
- Nguyen, D., Syed, S., Sohaib, S. B., Baltés, G. H., & Kieran. (2023). Software Startups - A Research Agenda.
- Raoni, B. B., Gina, C. O., Mario, S. S., & Julio, C. F. (2023). Startup engagement : a strategy framework forestablished companies.
- Reisdorfer-Leite, B. M. (2020). Startup definition proposal using product lifecycle management. *international conference on product lifecycle management* , pp. 426-435.
- SAUVAYRE, R. (2013). *Les méthodes de l'entretien en sciences sociales*.
- Schonberger, R. (2019). The disintegration of lean manufacturing and lean management. . 62(3), 359-371.
- Schwaber, K., & Beedle, M. (2002). Agile Software Development with Scrum. *Prentice-Hall, Upper Saddle River* .
- Serena, S. (2007). An Introduction to Agile SoftwAre development.
- Sossa, R. (2017). Méthodologie de projets de développement agile dans un environnement PaaS .
- Stapleton, J. (1995). *The Dynamic Systems Development Method Manual* .
- Steve, B. (2013). Why the Lean Start-Up Changes Everything.
- Tsun, C., & Dac-Buu, C. (2008). Une étude d'enquête sur les facteurs critiques de succès dans les projets logiciels agiles. *Journal des systèmes et logiciels* , 81 (6), 961-971.
- Ulrich, L. (2020). "Agile Innovation:The Complementarity of Design Thinking and Lean Startup.
- Yahia, D., Mohammed, D., & Rais, M. (2021). La startup en Algérie: Caractéristiques et Obligations. p 419, 420.

Yin, R. (2014). Qualitative and quantitative analysis of the constituents in DANMU preparations. *chromatographic science* .

## **Les Annexes**

# **Annexe 01**

## **Le Guide d'entretien**

## 1- Le guide d'entretien :

### Entretiens individuels, semi directif

Destinataire de l'entretien : L'équipe fondatrice de la startup (Hanooty)

#### Introduction :

Bonjour Monsieur, Permettez moi de me présenter, c'est Nouadri Bouthaina étudiante master 2 en management par qualité (ENSM, Koléa).

Je vous remercie d'avoir consacré du temps. Je suis enthousiaste à l'idée de travailler sur le Lean Canvas pour Hanooty. Serait-il possible pour moi de faire un enregistrement vocal de notre entretien pour une meilleure transcription de vos propos ?

Pour commencer, Pouvez-vous vous présenter en quelques mots, en nous donnant un aperçu de votre rôle et de votre parcours au sein de l'entreprise ?

Section	Question
<b>Présentation générale du startup</b>	<p>Pouvez-vous me donner une brève description de la startup Hanooty ? Quelle est la finalité de votre startup ?</p> <p>Quels sont les services que Hanooty propose ?</p> <p>Quelle est l'histoire ou l'origine de la startup Hanooty ? Comment a-t-elle été créée ?</p> <p>Pouvez-vous me parler de la mission et de la vision de votre startup ?</p>
<b>Structure et organisation</b>	<p>Pourriez-vous me fournir un organigramme de votre startup ?</p> <p>Comment est structuré votre startup ? (par départements, équipes, etc.)</p> <p>Quels sont les rôles et les responsabilités clés au sein de votre startup ?</p>

<b>Activités et services</b>	<p>Quelles sont les principales activités de votre startup ?</p> <p>Quels sont les services spécifiques que vous proposez à vos clients ?</p> <p>Comment vos services se différencient-ils de ceux de vos concurrents ?</p>
<b>Business plan</b>	<p>Pourriez-vous me fournir une copie de votre business plan ?</p> <p>Quels sont les objectifs à court et à long terme de votre startup ?</p> <p>Quelles sont vos stratégies de croissance et de développement ?</p>
<b>Champs d'activité et marché</b>	<p>Dans quel(s) domaine(s) d'activité votre startup opère-t-elle ?</p> <p>Comment décririez-vous le marché dans lequel votre startup évolue ?</p> <p>Quels sont les défis ou les opportunités spécifiques liés à votre marché ?</p>
<b>Demande de documents</b>	<p>Pourriez-vous me fournir une fiche d'identité de votre startup avec les informations clés ?</p> <p>Pourriez-vous me transmettre une version électronique de votre business plan ?</p> <p>Serait-il possible d'obtenir un organigramme de votre startup ?</p> <p>Pourriez-vous m'envoyer tout autre document pertinent pour la préparation de la présentation ?</p>

## Le BMC

Section	Question
<b>Clients et segments de marché</b>	<p>Qui sont vos clients cibles ? Pouvez-vous les décrire en détail ?</p> <p>Quels sont les problèmes ou les besoins spécifiques auxquels votre startup répond pour ces clients ?</p> <p>Comment votre startup atteint-elle actuellement ces clients ?</p> <p>Quels canaux de distribution utilisez-vous pour atteindre vos clients ?</p>
<b>Proposition de valeur</b>	<p>Quelle est la proposition de valeur unique de votre startup ? En quoi est-elle différente des solutions existantes ?</p> <p>Quels avantages ou bénéfices offre-t-elle à vos clients ?</p> <p>Comment mesurez-vous la valeur que vous apportez à vos clients ?</p> <p>Comment évaluez-vous l'efficacité de votre proposition de valeur actuelle ?</p>
<b>Activités clés et ressources</b>	<p>Quelles sont les activités clés que votre startup effectue pour offrir sa proposition de valeur aux clients ?</p> <p>Quelles sont les ressources clés nécessaires pour soutenir ces activités ?</p> <p>Comment votre startup gère-t-elle ses partenariats clés et ses relations avec ses fournisseurs ?</p>
<b>Canaux de distribution et de communication</b>	<p>Quels canaux utilisez-vous pour atteindre vos clients et leur fournir votre proposition de valeur ?</p> <p>Comment communiquez-vous avec vos clients actuels et potentiels ?</p> <p>Quels sont les canaux les plus efficaces pour atteindre vos clients ?</p>
<b>Structure de coûts</b>	<p>Quels sont les coûts clés associés à votre modèle d'entreprise ?</p> <p>Comment ces coûts sont-ils répartis entre les différentes activités de</p>

	<p>vosre startup ?</p> <p>Quels sont les coûts fixes et quels sont les coûts variables ?</p>
<b>Sources de revenus</b>	<p>Comment générez-vous actuellement des revenus pour votre startup ?</p> <p>Quels sont les principaux segments de revenus de votre startup ?</p> <p>Quels sont les modèles de tarification que vous utilisez ?</p>

## Lean canvas

Section	Question
<b>Compréhension du Projet</b>	Pouvez-vous nous parler un petit peu de votre entreprise ? Connaissez-vous le Lean Canvas ? Comment voyez-vous le Lean Canvas s'intégrer dans vos objectifs ?
<b>Identification des Segments de Clientèle</b>	Qui sont vos clients potentiels ? est ce que vous connaissez leurs besoins ? Quels sont leurs besoins, leurs défis et leurs désirs ?
<b>Proposition de Valeur Unique</b>	Qu'est-ce qui rend votre service unique ? Quels aspects pourraient être particulièrement attrayants pour vos clients ?
<b>Canaux de Distribution</b>	Comment envisagez-vous d'atteindre vos clients? Quels canaux de distribution recommandez-vous d'explorer ?
<b>Sources de Revenus</b>	Pourriez-vous détailler votre stratégie de génération de revenus ?
<b>Structure de Coûts</b>	Quels sont les principaux coûts associés à l'entreprise ? Comment pouvez-vous gérer ces coûts efficacement ?
<b>Avantages Concurrentiels</b>	Quels sont vos avantages concurrentiels ? Comment pouvez-vous les renforcer ou en développer de nouveaux ?
<b>Métriques Clés</b>	Quels indicateurs de performance devriez-vous suivre ? Comment pouvez-vous les mesurer et les analyser ?
	Y a-t-il d'autres points que vous aimeriez aborder ?

## Conclusion :

Je vous remercie d'avoir bien voulu nous accorder de votre temps pour cet entretien, bien évidemment nous vous ferons part des résultats de notre recherche. Au revoir !

**ANNEXE 02:**  
**Le Business Plan de Hanooty**

Business plan

# SARL Hanooty Technologies

Ben Aknoun, Alger

hanooty

2024

## Résumé

Hanooty est une plateforme numérique qui permet aux personnes ou entreprises de créer leur magasin en ligne (site web e-commerce) en mode SaaS et en quelques clics seulement. Les clients seront libres d'animer leur propre magasin en ligne, lesquels sont gérés contre une redevance mensuelle

## Portrait de l'entreprise, management

La plateforme hanooty est possédée par l'entreprise SARL Hanooty Technologies qui est une entreprise de développement d'application :

- SARL Hanooty Technologies créé en 2023
- Forme Juridique : Personne Morale sous forme de SARL
- Associés : Fouad Benkhalfallah (40%) ; Abderrahim Abdellaoui (40%) ; Moudjahid Djafer Khoudja (20%)
- Gérant : Fouad Benkhalfallah
- Fouad Benkhalfallah a plus de 17 ans d'expériences dans divers grandes entreprises nationales et internationales... Ce background permet à Hanooty d'avoir un management bien cadré en utilisant les dernières méthodes et outils technologique pour le suivi au quotidien

## Produits, services

Comme le secteur du e-commerce (vente en ligne) continue à se développer, nous avons beaucoup de service à proposer à la communauté, plusieurs opportunités d'amélioration et de domaine à traiter

Depuis le lancement officiel en septembre 2023 jusqu'au jour d'aujourd'hui Hanooty offre plusieurs services, notamment : Le déploiement d'un site web e-commerce en une minute avec une interface ergonomique.. Ce site e-commerce est doté d'une multitude de fonctionnalités et de facilité d'intégration de solutions tierces: Gestion de stock ; Gestion des commande ; Intégration des société de livraison ;

Intégration du E-paiement ; intégration des outils d'Analytics ; ...

## Marché, clients

Chez Hanooty on cible autant les professionnels que les particuliers avec ses divers services. On vise toute personne ou entreprise ayant activant ou voulant intégrer le commerce en ligne qu'il soit commerçant ou producteur...

## Plan marketing

Le premier but est de se faire connaître sur l'espace digitale, en commençant par nous exposer au Salon ECSEL 2023 ; ensuite sur les réseaux sociaux avec notre associé Dr Abderrahim Abdellaoui qui est docteur en finance et spécialisé dans le marketing sur les réseaux sociaux

Deuxième étape c'est de booster notre présence sur les réseaux sociaux, vu que 99.99% de notre clientèle utilise ces canaux pour la vente ; on utilisera des outils de campagne marketing selon les réseaux (Google Ads ; Facebook Manager ; SnapChat Ads ...)

Présentement, nous sommes entraînés de monter une équipe B2B afin de lancer un service dédié aux entreprises

Sans oublier que nous allons participer et animer des événements en relation avec le e-commerce et la digitalisation, ...

## Infrastructures et technologie

Nous disposons de deux locaux équipés de postes de travail nouvelle génération, téléphone, internet haut débit, et plusieurs serveurs en ligne afin de gérer ; supporter et continuer à développer notre plateforme hanooty

Nous utilisons les dernières technologies de framework de développement ; de gestion et de monitoring : ReactJS, Laravel, php, Apache ; Nginx ; Docker;

## Gestion financière

Comme nous sommes en phase Startup et notre financement est principalement des apports personnels, nos modestes compétences et connaissances nous aident sur la planification et la gestion financière, en plus des bonnes connaissances dans les outils bureautiques ; ainsi que des rapports qu'on a intégrés à la plateforme ; cela facilite la manipulation des chiffres au quotidien

## Planification financière et opérationnelle

Dans un premier temps nous avons usés des fonds propres afin de lancer la boîte mais afin de pouvoir survivre et grandir, nous aurons probablement besoin de financements, pour investir dans le recrutement, location de nouveaux bureaux, et acquérir des serveurs.

## Evaluation des risques

Les risques principaux sont étroitement liés à disponibilité de la plateforme et la maturité technico-économique de notre pays. Cela dit, nous avons pris nous mesures pour les diminuer et d'apporter des solutions

## Setup de l'entreprise

SARL Hanooty Technologies est gérée par Mr Fouad Benkhalallah dans un 1er temps. Ce dernier est également responsable de l'entreprise FB Technologies qui emploie 10 employés et qui supporte techniquement la plateforme hanooty

Du coté commercial c'est Mr Djafar Khoudja qui s'occupe de développer et convertir la clientèle

Et Dr Abderrahim Abdellaoui s'occupe d'agrandir l'image de marque de Hanooty spécialement dans les réseaux sociaux

## Chiffre d'affaires et Prévisions

Nous avons lancé le projet Hanooty en concordance avec le Salon EXCEL 2023, ce qui a permis à notre société d'être connue rapidement et avoir des clients. Cependant nous n'avons réalisé que très peu de vente moins de 100.000DZD

Nous espérons réaliser pour cette année 2024 un chiffre d'affaires entre 5 et 7 millions de DA et dépasser les 10 millions de DA les années suivantes

Nous avons aujourd'hui l'opportunité est de pénétrer et éduquer le marcher rapidement spécialement sur les réseaux sociaux. L'évolution technologique et le boom du e-commerce jouent un rôle très important pour notre évolution

