



Se lancer!

- D.Darren MacDonald, ACK VP Affaires & Développement, Nouvelle Écosse

Alors vous voulez démarrer une entreprise? En tant que kinésologue, vous avez quelques options pour structurer vos offres de services. La structure de votre entreprise au Canada prendra l'une des trois options suivantes:

- 1) propriétaire unique,
- 2) société de personnes ou
- 3) constitution en société.

Chacun a ses propres avantages et inconvénients et vous devez vous familiariser avec chaque structure

Avant même de décider de la structure de votre entreprise, vous devez identifier un problème / une opportunité dans le marché pour un segment de clientèle spécifique: comprendre que votre produit ou service n'est pas pour tout le monde et étudier les caractéristiques spécifiques de votre client cible que vous avez choisi. Maintenant que vous avez identifié une opportunité pour un segment particulier de la population, il est temps de commencer à penser à votre solution.

Que proposez-vous? Offrez-vous des services d'évaluation ou de diagnostic? Ou plutôt, c'est de la formation que vous fournirez? Sera-t-elle livrée en personne ou en ligne? La réponse à toutes ces questions sera trouvée lorsque vous commencez à parler à des clients potentiels. La plus grande erreur que je vois les gens faire est de travailler sans relâche sur un produit ou service pendant des semaines, voire mois, et puis de lancer une entreprise qui offre des services que personne ne veut.

Un cadre pratique et simple pour vous aider à explorer votre idée d'entreprise est le «Lean Canvas», un outil de modélisation d'entreprise développé par Ash Maurya. Le Lean Canvas est un dérivé de la «Business Model Canvas» et essentiellement se résume à toute entreprise en neuf blocs sur une seule page. Pour plus d'informations et pour télécharger une version gratuite visitez, leanstack.com.

PROBLEM List your customer's top 3 problems 2	SOLUTION Outline a possible solution for each problem 4	UNIQUE VALUE PROPOSITION Single, clear, compelling message that turns an unaware visitor into an interested prospect 5	UNFAIR ADVANTAGE Something that can not be easily copied or bought 9	CUSTOMER SEGMENTS List your target customers and users 1
EXISTING ALTERNATIVES List how these problems are solved today	KEY METRICS List the key numbers that tell you how your business is doing 7	HIGH-LEVEL CONCEPT List your X for Y analogy (e.g. YouTube = Flickr for videos)	CHANNELS List your path to customers 6	EARLY ADOPTERS List the characteristics of your ideal customers
COST STRUCTURE List your fixed and variable costs 8		REVENUE STREAMS List your sources of revenue 3		