

STARTUP MANAGERS DAY*

* la journée des gestionnaires des jeunes pousses

ULTIMATE GUIDE BOOK

**Edition #1
juillet 2019**

édition et synthèse gérées par

Startup
PALACE

SOMMAIRE

INTRODUCTION P.3

REMERCIEMENTS P.4

I - KPI DE L'ACCOMPAGNEMENT P.5

Que faut-il mesurer et comment le faire ?

II - FOCUS PRODUIT VS FOCUS MARCHÉ P.8

Comment aider les startups à choisir le bon focus ?

III - POSTURE & LÉGITIMITÉ P.9

Quelle attitude adopter envers les porteurs de projets ?

IV - RELATIONS STARTUPS ET ETI P.12

Comment faire en sorte que la relation entre les startups et les entreprises se passe sans arme, ni haine, ni violence ?

V - PARCOURS D'ACCOMPAGNEMENT P.14

Comment adapter l'accompagnement à chaque startup ?

VI - ACCOMPAGNEMENT COLLECTIF VS INDIVIDUEL P.16

Quel format privilégier et dans quel contexte ?

VII - SOURCING P.18

Comment optimiser le sourcing des startups pour les programmes d'accompagnement ?

OUTRO P.20

INTRODUCTION

Il existe pléthore d'ouvrages et de formations pour aiguiller les créateurs d'entreprises et notamment de startups. Mais en ce qui concerne les profils chargés d'accompagner opérationnellement ces startupers à leurs débuts, les retours d'expériences et les partages de bonnes pratiques manquent cruellement. Quant aux formations, elles sont inexistantes.

C'est dans ce contexte que le Startup Managers Day a vu le jour, sous l'impulsion de Startup Palace. Une journée dédiée aux responsables de programmes d'accompagnement startups et startup managers pour partager nos expériences, nos difficultés et optimiser nos méthodes respectives.

Au cours de cette journée, nous avons eu l'occasion d'échanger autour de plusieurs thématiques étroitement liées avec le métier de startup manager. Nous pensons que les conclusions et pistes de réflexions qui ont émanées de ces discussions ne nous appartiennent pas et qu'elles méritent d'être partagées au-delà du cercle des participants. Nous souhaitons contribuer à l'amélioration continue des pratiques du métier de startup manager à notre humble mesure.

Dans ce document, nous avons compilé la substantifique moelle des échanges qui ont eu lieu pendant cette journée, organisés par thématiques que nous avons estimées prioritaires au regard de nos enjeux respectifs. Spoiler : il y a beaucoup d'éléments qui relèvent surtout du bon sens.

REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier les participants de cette première édition du Startup Managers Day grâce à qui ce document a pu voir le jour :

Élodie Douaglin - Program Manager @ Opération Renard (Angers Technopôle)

Jennifer Kuhn - Directrice et co-fondatrice @ IVES

Frédéric Siedlis - Co-fondateur @ IVES

Matthieu Charriere - Startup Program Manager @ Business France

Amélie André - Directrice @ Novapuls

Elsa Le Floc'h - Directrice de programme startup santé @ Malakoff Médéric

Audrey Pergaud - Directrice de programme startup HRtech & Insurtech @ Malakoff Médéric

Anne-Gaëlle Fayemi - Directrice administrative @ Imagination Machine

Étienne Guilbeau - Startup & Program Manager @ 1kubator

Alexandre Jeanney - Startup & Program Manager @ French Assurtech et Opération Dragon

Sébastien Le Corfec - Co-fondateur @ Web West Valley

Yves Peynaud - Fondateur @ Strategy4startup

Florian Hervéou - Directeur des Programmes d'accélération @ Startup Palace

Thibault Chevalier - Startup & Program Manager @ Startup Palace

Lamia Benhaddou - Startup & Program Manager @ Startup Palace

Thibault Papin - Startup & Program Manager @ Startup Palace

David Sferuzza - Startup & Program Manager @ Startup Palace

01

KPI DE L'ACCOMPAGNEMENT

Que faut-il mesurer et comment le faire ?

Pour les accélérateurs, une question revient très fréquemment: comment savoir si l'accompagnement prodigué a été fructueux ? Autrement dit, comment mesurer l'efficacité de l'accompagnement ?

Ces questions sont d'ailleurs valables pour les deux parties prenantes des programmes d'accélération : les startups et les accélérateurs. D'un côté, comment mesurer l'impact concret du programme sur les startups accompagnées et quelles réussites lui sont directement imputables. De l'autre, quels critères objectifs permettent de déterminer si le programme d'accélération est performant et attractif.

Sur la base de nos expériences, nous avons sélectionné les KPIs que nous estimons être les plus pertinents à suivre pour les accélérateurs et pour les porteurs de projet que nous avons ensuite classés.

Découvrez dans les pages suivantes :

- **Nomenclature KPIs des programmes d'accélération**
- **KPIs des programmes d'accélération**

Nomenclature KPIs des programmes d'accélération

KPI réussite structures accompagnements		KPI réussite porteurs de projets	
Non mesurables	Mesurables	Non mesurables	Mesurables
Retours des porteurs de projets	Gains pour les entreprises (dans le cadre d'un accélérateur corporate)	Retour subjectif global sur la startup	Mise en relation réussies
Retours de l'écosystème	Nombre d'emploi créés	Phasage clair du projet	Nombre et montant d'aides et subventions obtenues
	L'implantation territoriale	Déploiement d'outils et méthodes	Réalisation d'une levée de fond
	Nombre d'aides et subventions mobilisées	Valeur ajoutée de l'accompagnement selon les profils des entrepreneurs	Nombre de deals signés et de deals réussis
	Nombre de structures créées	Exécution de la Road Map	Production d'un MVP
	Nombre de mises en relation avec l'écosystème	Construction briques manquantes, gain de maturité des entrepreneurs et du projet	Délai de confrontation du produit/service avec le marché
	Nombre de candidatures de porteurs de projets au programme d'accélération	Simplification du parcours d'accompagnement notamment dans le cadre d'un accélérateur corporate	Cash investi dans la startups
	Durée de vie des startups accompagnées	Simplification du parcours d'accompagnement notamment dans le cadre d'un accélérateur corporate	Nombre de clients
	Satisfaction / recommandations du programme et de la structure		Evolution du Chiffre d'Affaires
	Création de synergies internes & externes		Répartition géographique
	Nombre de contrats signés par les startups suite à l'accompagnement		Évolution de la croissance par rapport à la durée de vie de la startup
	Réalisation d'une levée de fond par les startups		Nombre de ventes réalisées sur une période donnée (commandes & pré-commandes)

KPIs des programmes d'accélération

KPI réussite structures	KPI réussite porteurs de projets	
Mesurables	Non mesurables	Mesurables
Gains pour les entreprises (dans le cadre d'un accélérateur corporate), en K€	Valeur ajoutée de l'accompagnement selon les profils des entrepreneurs	Mise en relation réussies
Nombre d'emploi créés		Réalisation d'une levée de fond
Nombre de candidatures de porteurs de projets au programme d'accélération		Nombre de deals signés et de deals réussis
Satisfaction / recommandations du programme et de la structure		Évolution de la croissance par rapport à la durée de vie de la startup
Réalisation d'une levée de fond par les startups		Nombre de ventes réalisées sur une période donnée (commandes & pré-commandes)
Nombre de startups qui performent (suivi et réalisation des KPIs fixés à la startup)		Structuration de l'équipe
Nombre de retombées presse sur le programme et la structure d'accompagnement		

02

FOCUS PRODUIT VS MARCHÉ

Comment aider les startups à choisir le bon focus ?

Au cours des années, nous avons pu distinguer deux catégories récurrentes de startups. Celles qui sont “focus produit” et celles qui sont “focus marché”. Aucune n’est 100% l’un ou 100% l’autre, il s’agit de tendances naturelles adoptées par les entrepreneurs. Mais ces postures poussent les entrepreneurs à commettre des erreurs, surtout lorsqu’un focus est trop prononcé.

Certaines startups ne sont que dans la “one-more-feature” et ne jurent que par faire un beau produit à leurs yeux sans se soucier de ce qui répond aux pain points de leurs segments clients. À l’inverse, ceux qui sont focus marché peuvent aussi avoir tendance à trop s’éparpiller et ne pas faire de choix radicaux rapidement en choisissant une niche pour aller vers du mass market par la suite.

Dans ce cas de figure, le rôle du Startup Manager est d’aider ces entrepreneurs à accorder de l’importance aux deux dimensions. Si la startup est “focus produit”, elle doit aller à la rencontre d’utilisateurs, interviewer des clients et réaliser des tests utilisateurs en conditions réelles. La Startup manager doit également les inviter à se questionner sur leur positionnement sur le marché, travailler des méthodes d’accès au marché et comprendre comment être rentable (lifetime value 3 fois supérieur au coût d’acquisition).

À contrario, les startups “focus marché” mettent souvent du temps à concrétiser la théorie. En d’autres termes, à force de recueillir de données marché, elles tardent à sortir un produit pour valider leurs hypothèses. Le Startup Manager doit inciter ces startups à sauter le pas et développer à minima un MVP commercialisable. Ces entrepreneurs doivent pouvoir bénéficier d’un accompagnement en Product Design ainsi qu’en UX.

03

POSTURE & LÉGITIMITÉ

Quelle attitude adopter envers les porteurs de projets ?

Par définition, une startup est une entreprise dont la durée de vie est déterminée par le cash flow disponible. En d'autres termes, elle est en train de mourir et doit trouver rapidement l'équilibre parfait entre son chiffre d'affaires et ses ressources disponibles, qu'elles soient humaines ou financières. C'est généralement la raison pour laquelle elles intègrent un programme d'accélération.

Le rôle des Startup Managers consiste à guider ces porteurs de projets dans leur quête de cet équilibre. À ce titre, nous avons une part de responsabilité dans leur survie. Nos choix, nos conseils et notre attitude ont un impact direct sur les hommes et les femmes que nous accompagnons. La question de la légitimité envers les startups est donc... légitime.

D'autant qu'il n'existe aucune formation pour le métier de Startup Manager à l'heure actuelle. Il s'agit principalement d'un partage de savoirs et de méthodologies acquis lors d'expériences passées ou dans un contexte de veille. C'est donc loin d'être une science exacte pour le moment. Mais les conséquences et résultats de cet accompagnement sont eux, bien réels.

Dans ce contexte, quelle posture adopter vis-à-vis des porteurs de projets? Également, comment rester légitime dans le cadre de l'accompagnement ? Plusieurs pistes de réflexion :

■ **Transparence**

Rien de bien nouveau jusque là. Il s'agit surtout de ne pas ériger la transparence comme une valeur vide de sens, mais bien comme un pacte d'honnêteté avec la startup. C'est-à-dire exprimer clairement au porteur de projet ce que l'accompagnement peut faire pour eux mais aussi ce qu'il ne fait pas. Notamment pour éviter les frustrations et le sentiment de perte de temps chez les entrepreneurs. Ce qui sous-entend d'être à l'écoute de leurs demandes et leur dire qu'on ne pourra pas les aider sur certains points.

■ Connaissance

Deux niveaux de connaissance sont nécessaires. Premièrement une bonne connaissance du profil de l'entrepreneur. Il s'agit de pouvoir déterminer objectivement des traits de caractère et de personnalité (grâce à des tests HBDI ou MTBI) pour mieux adapter l'accompagnement. Par exemple certains porteurs sont parfois totalement allergiques à la notion de "méthodologie". Un programme d'accélération uniquement basé sur de la transmission de méthodologies pourra donc être mal vécu par l'entrepreneur et impactera négativement sa perception du programme.

Deuxièmement, une bonne connaissance du marché sur lequel l'entrepreneur évolue. Sans pour autant devenir un expert sectoriel, l'enjeu est de connaître à minima les tenants et aboutissants de leur secteur d'activité et certaines subtilités liée au Business Model de la startup (service, produit SaaS, manufacture etc...). L'objectif est d'apporter des conseils et des outils pertinents sans donner l'impression de délivrer un "service sur étagère".

■ Confiance

La posture de Startup Manager peut parfois être assimilée, à tort, à celle d'un enseignant : une relation descendante ou l'un délivre du savoir sans être confronté aux réalités du terrain. Pour éviter cet écueil, établir une relation plus horizontale et valider la légitimité des conseils prodigués, les Startup Managers doivent s'impliquer aux côtés de l'entrepreneur. Au début de l'accompagnement tout du moins.

C'est-à-dire s'intéresser et comprendre l'architecture technologique du produit ou service du porteur de projet pour pointer certains détails bloquants si nécessaire, ou encore concrétiser des bonnes pratiques Biz Dev en réalisant quelques appels de prospection avec l'entrepreneur. Il ne s'agit ici que d'exemples, libre à chaque Startup Manager d'adapter son niveau d'implication selon les besoins et la maturité de la startup. Enfin, le Startup Manager doit aussi pouvoir endosser le rôle de "tiers de confiance" lorsque des mises en relation avec des grands groupes sont en jeu pour les startups accompagnées.

■ **Temporalité**

Si la durée de l'accompagnement peut paraître claire pour tous, ce n'est pas toujours le cas pour les startups, notamment quand il s'agit de la fréquence des temps forts de l'accélérateurs (temps communs, individuels, bilans etc.). Généralement il s'agit d'oublis sincères et parfois volontaires. Dans ce cas, malgré la proximité induite par la nature même du métier, le Startup Manager doit adopter une posture ferme quant à la présence des startups. Il est également important de rappeler la fin exacte de l'accompagnement pour éviter les phénomènes de dépendance de la startup envers la structure d'accompagnement.

■ **Entrepreneur Centric**

Si le Startup Manager aiguille et invite la startup à se poser les bonnes questions, il ne doit pas pour autant apporter de réponses. C'est à l'entrepreneur de prendre ses décisions et d'assumer la responsabilité de ses choix, il ne doit pas être infantilisé au cours de l'accompagnement. Le programme d'accélération ne doit pas devenir une excuse en cas d'échec du porteur de projet.

■ **Humilité**

Il ne faut pas instaurer le mythe du Startup Manager omniscient et omnipotent. Non seulement cela peut se retourner contre vous, mais en plus cela peut précipiter la chute du porteur de projet accompagné. Vous devez être conscients de vos expertises et de vos limites pour reconnaître en toute transparence les points sur lesquels vous ne pouvez pas aider... Et ainsi trouver quelqu'un qui saura mieux le faire que vous.

■ **Fermeté**

Comme mentionné précédemment, la posture de Startup Manager induit une certaine forme de proximité. Mais cette proximité ne doit pas nuire au bon développement du projet de l'entrepreneur. La valeur des accélérateurs réside aussi bien dans les personnes qui prodiguent l'accompagnement que dans leur contenu et les méthodes transmises. Les Startups Managers doivent être les garants de la bonne exécution du programme auprès des startups.

RELATIONS STARTUPS - ETI

Comment faire en sorte que la relation entre les startups et les entreprises se passe sans arme, ni haine, ni violence ?

Malgré les trésors de bonne volonté déployés du côté des startups et des entreprises pour trouver des terrains d'entente et des opportunités de collaboration, l'alignement des enjeux, objectifs et contraintes de chacun reste un défi récurrent. Si les grands groupes ont commencé à structurer leur démarche de collaboration avec les startups avec la mise en place d'équipes et de process dédiés, ce n'est pas encore le cas pour les ETI.

Pour garantir une collaboration satisfaisante, il existe quelques pré-requis indispensables sur lesquels le Startup Manager ne doit pas transiger, au risque de créer une expérience décevante pour l'entreprise et pour la startup.

À commencer par une bonne compréhension des attentes et enjeux mutuels des différentes parties prenantes du programme d'accélération. Si cela paraît évident, cet exercice n'est que trop rarement réalisé en début de programme. Chacun doit pouvoir s'exprimer clairement sans laisser de place aux sous-entendus.

Ensuite, une organisation tripartite qui forme un "triangle d'or" d'une collaboration saine pour faciliter l'onboarding et l'intégration de la startup dans l'entreprise. C'est-à-dire :

1 - Un "sponsor" interne à l'entreprise qui soit décisionnaire (N-1 du Codir, pas moins),

2 - Un budget dédié à cette collaboration (autre que la mise à disposition de ressources humaines),

3 - une équipe encadrante dédiée qui soit interne ou externe à l'entreprise mais qui doit comprendre le milieu des startups et capable d'acculturer au mode de fonctionnement des startups (juridique, informatique, RH etc.).

Si ce triangle d'or n'est pas respecté, nous avons constaté que c'est généralement au Directeur Général de l'ETI que reviendra la lourde tâche d'assumer la collaboration avec les startups. Non seulement il s'agit d'une trop grande responsabilité à assumer pour une seule personne, mais en plus, le quotidien d'un directeur d'entreprise ne laisse que très peu de place pour ce type de projet. Au mieux, la collaboration stagne, au pire elle échoue.

Autre élément indispensable au bon fonctionnement de la relation startup-ETI, c'est de ne pas transiger sur la valeur de la solution apportée par la startup. En d'autres termes : pas de PoC gratuit. La tentation d'offrir de la visibilité à la startup en échange d'un test gratuit de la solution peut être tentant pour une entreprise mais cela n'établit pas une base saine de collaboration. Déjà parce qu'il s'agit d'un risque économique pour la startup, dont la survie dépend de sa capacité à être rentable rapidement, et ensuite parce que nous savons d'expérience qu'une expérimentation gratuite pour l'entreprise est moins engageante. Ce qui résulte la plupart du temps sur un échec.

Enfin, les startups doivent elles aussi réaliser un travail sur leur posture lorsqu'elles envisagent de collaborer avec des ETI. Et cela commence dès leur dénomination : le terme de "startup" peut assez souvent créer de la défiance chez les ETI puisqu'il est souvent synonyme de manque de maturité et/ou de fiabilité. Les ETI sont rarement dans une démarche de "startup washing" lorsqu'elles entament ces collaborations et cherchent de nouveaux relais de croissance.

Ces entreprises seront donc plus disposées à travailler avec "apporteurs de solutions" ou des "partenaires", loin des écueils associés aux fantasmes dont est victime le terme "startup". Une autre dimension à ne pas négliger avec les ETI est celle de l'attachement au territoire. Elles seront plus enclines à travailler avec des startups qui partagent cette sensibilité ou qui connaissent bien le tissu économique local dans lequel l'ETI évolue.

PARCOURS D'ACCOMPAGNEMENT

Comment adapter l'accompagnement à chaque startup ?

Adapter le parcours d'accompagnement commence par démystifier l'accompagnement lui-même en étant transparent avec les startups. Ce n'est pas parce qu'elles entrent dans un programme qui a fait naître de beaux succès qu'il en sera de même pour toutes les startups. La probabilité d'échec des startups reste la même, tout ne repose pas uniquement sur le programme d'accompagnement.

Parallèlement, le niveau de maturité des startups est souvent hétérogène lorsqu'elles sont plusieurs à intégrer un même programme. Alors comment homogénéiser le programme d'accompagnement sans complexifier les startups plus "early stage" ni créer le sentiment de stagnation pour les startups plus avancées ?

Nous avons été désolés de faire le constat suivant : il n'y a pas de réponse magique, ni même une méthode duplicable pour tous les programmes d'accompagnement. Il y a néanmoins quelques étapes à respecter.

Pour bâtir un parcours d'accompagnement, il est indispensable de connaître précisément les attentes, les besoins et les points d'amélioration de chaque startups avant le début du programme. Il s'agit d'une étape très importante, notamment lorsqu'il s'agit de détecter les points de vigilance chez les startups plus matures. Ces dernières sont rompues à l'exercice du pitch et sont capables d'être très rassurantes sur des points pourtant très alarmants. Nous l'avons parfois appris à nos dépens en cours d'accompagnement.

Vous devez être en mesure de faire ces découvertes avant le début du programme en examinant la startup sous toutes ses coutures, en étant incisifs tout en restant justes et sans porter de jugement de valeur. N'oubliez pas que vous pouvez aussi commettre des erreurs d'appréciation. Établissez une grille de lecture la plus objective possible pour évaluer les startups que vous accompagnez.

À partir de là, c'est à vous de déterminer la proportion d'ateliers collectifs et individuels pour la batch de startups que vous accompagnez et d'adapter le niveau de chaque atelier en fonction des profils que vous accompagnez.

Vous devez également rester vigilants à garder une posture neutre avec les startups, pour ne pas faire à leur place et laisser les startups responsables de leurs choix et décisions.

06

ACCOMPAGNEMENT COLLECTIF VS INDIVIDUEL

Quel format privilégier et dans quel contexte ?

L'accompagnement collectif est un format qui consiste à accompagner plusieurs startups simultanément. C'est-à-dire proposer aux entrepreneurs des temps de réflexion, animés par un Startup Manager, sur des points précis de leur projet en présence d'autres entrepreneurs qui connaissent des problématiques similaires ou différentes. L'accompagnement individuel, quant à lui, consiste à bâtir un programme adapté à une startup spécifiquement. Notamment en fonction de son niveau de maturité et de ses problématiques.

Même si le titre de cette partie le laisse supposer, il n'y a pas vraiment d'opposition entre les formats d'accompagnements, les deux sont parfaitement complémentaires. Il existe simplement une question de pertinence au regard des ambitions des structures d'accompagnement et des besoins réels des startups. Mais pour savoir quel format privilégier, encore faut-il connaître les avantages et inconvénients de chacun.

■ Accompagnement collectif

Avantages :

- | Partage de remarques, de savoirs et de conseils entre startups
- | Lissage des coûts d'accompagnement
- | Rentabilité des ressources dédiées à l'accompagnement (dépend du Business Model de la structure d'accompagnement, notamment si ces ressources sont salariées de la structure)

Inconvénients :

- | Manque de d'adaptation au timing et stade d'avancement des différents projets
- | Risque de déconcentration de l'objectif principal, la startup peut aller dans une mauvaise décision

■ **Accompagnement individuel**

Avantages :

- | Traitement du bon sujet au bon moment
- | Meilleure compréhension des enjeux et problématiques de la startup
- | Aide la startup à mieux impliquer la startup et à garder le focus

Inconvénients :

- | Coûts plus élevés
- | Investissement en temps plus important
- | Absence de partage avec d'autres entrepreneurs

Plus les startups sont Early Stage, plus elles bénéficieront des avantages liés à l'accompagnement collectif. Nous avons pu constater que l'échange avec d'autres entrepreneurs, couplé à l'accompagnement du Startup Manager, amplifie le phénomène d'accélération pour les startups. Dans cette logique, des programmes comme les pré-accélérateurs, dédiés à des projets entrepreneuriaux assez peu matures, peuvent opter pour des formats d'accompagnement quasi-exclusivement collectifs.

En revanche, la question de la complémentarité des formats d'accompagnement se pose surtout pour les programmes d'accélération destinés aux startups plus matures. Les besoins de ces startups sont souvent hétérogènes et leurs axes de développement ne sont généralement pas les mêmes. Il peut s'agir d'internationalisation pour certains, de levées de fonds pour d'autres, de développement commercial ou encore d'améliorer leur communication. D'expérience, les startups les plus avancées doivent être focus sur des axes précis de développement. C'est ici que l'accompagnement individuel devient pertinent.



SOURCING

Comment optimiser le sourcing des startups

Le sourcing c'est un peu le nerf de la guerre pour les programmes d'accompagnement de startups puisqu'il est révélateur de l'attrait et de la crédibilité du dispositif. Ce sont les belles histoires des startups issues de ces programmes qui créeront la mythologie de votre dispositif. Encore faut-il effectuer un bon sourcing.

S'il existait une solution miracle nous aurions été ravis de la partager avec vous. Malheureusement, nous faisons tous face aux mêmes contraintes et nous battons avec les mêmes outils. En France, on dénombre entre 9000 et 10 000 Startups (le chiffre de l'Agence du Numérique est 9 400 mais comme le rapport se base sur la période 2015-2016, ce dernier a sûrement dû changer).

Le tiers d'entre elles se trouve en Ile-de-France. Ce qui laisse à peu près 6000 startups sur le reste de la France. Parallèlement, les programmes d'accompagnement n'ont jamais été aussi nombreux en France, on en dénombre environ 800. Les contraintes et enjeux de l'exercice du sourcing sont donc réels.

Le premier élément qui vous facilitera la vie en matière de sourcing, c'est la notoriété de votre programme, de votre structure et/ou de votre équipe. Cela permet de limiter grandement les efforts à effectuer en matière de sourcing puisque les candidatures arriveront spontanément tout le long de l'année. Et pour travailler la notoriété d'un dispositif d'accompagnement de startups il n'y a pas de secret, il faut bien faire son boulot... Et avoir un peu de chance aussi.

Pour le reste, pas de recette magique, nous avons à peu près tous les mêmes méthodes : appels à candidatures, recherches internet, veille sur les médias spécialisés etc... Nous ne vous feront donc pas l'affront de vous expliquer comment cela fonctionne. La vraie problématique pour les dispositifs d'accompagnement c'est de trouver ces belles startups "silencieuses" qui avancent bien par elles-mêmes mais qui pourraient bénéficier d'un accompagnement pour passer à la vitesse supérieure et ainsi commencer à créer les belles histoires de vos dispositifs.

Là non plus, il n'y a pas de secret, juste du bon sens et encore une fois beaucoup de chance. Pour détecter ces porteurs de projets, vous devez travailler un réseau de prescripteurs et d'ambassadeurs qui suivent de près des startups : VCs, experts comptables, agences de notation etc.

Vous devez également rendre votre dispositif visible et pas uniquement sur le web. Vous devez affirmer votre présence offline en vous inscrivant dans une dynamique événementielle ou en vous rendant à des salons. Profitez surtout des temps d'échanges informels. Vraiment.

OUTRO

Comme vous avez pu le constater par vous-même, ce document n'a pas une portée révolutionnaire mais il compile surtout beaucoup d'éléments qui relèvent principalement du bon sens.

Les partages d'expériences et de méthodes que nous avons vécus pendant le Startup Managers Day nous ont permis de nous rassurer sur notre pratique du métier de Startup Managers ou de dirigeants d'accélérateurs, tout en nous permettant de nous inspirer des bons conseils et bonnes pratiques de chacun. Nous espérons que ce document vous aura permis, à minima, de parvenir aux mêmes conclusions que nous.

Nous avons conscience que nos métiers évoluent à la vitesse de la lumière, nous souhaitons donc que ce document évolue dans le temps, au gré des futurs Startups Mangers Day et des éclairages apportés par les nouveaux participants. Si vous souhaitez apporter votre pierre à l'édifice n'hésitez pas à participer voire organiser le prochain Startup Managers Day.

<https://startupmanagersday.startup-palace.com>

ULTIMATE GUIDE BOOK

Edition #1
juillet 2019

édition et synthèse gérées par

Startup
PALACE