

STARTUP MANAGER DAY*

* la journée des accompagnateurs des jeunes pousses

ULTIMATE GUIDE BOOK

**Édition #2
juin 2022**

Un évènement accueilli à la Maison RAISE-LAB

édition gérée par

Startup
PALACE

Maddyness la boussole

SOMMAIRE

LE CONCEPT P.3

LE GUIDE DE LECTURE P.4

THÉMATIQUE #1 - L'ÉQUIPE P.5

Le recrutement

Posture et légitimité

THÉMATIQUE #2 - OUTILLAGE P.7

Gestion et outils

Les KPIs d'accompagnement

Définir et mesurer l'impact

Collaboration startups x grands groupes

Gestion des programmes internationaux

THÉMATIQUE #3 - OPÉRATION D'UN PROGRAMME P.13

Étape 1 >> Sourcing / Sélection

Étape 2 >> Onboarding / Parcours d'accompagnement / Gamification de l'accompagnement / Gestion des experts, mentors et intervenants

Étape 3 >> Offboarding / Animation des communautés

THÉMATIQUE #4 - MONEY, MONEY, MONEY P.23

Business Model de l'accompagnement

Financement de l'innovation

Financement dilutif early stage

Activation de la relation startups-investisseurs

REMERCIEMENTS P.27

LE CONCEPT

En quelques mots >> Une journée pour réunir les responsables de programmes d'accompagnement d'entrepreneurs pour partager nos expériences et optimiser nos méthodes.

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

La genèse du concept >> C'est dans ce contexte que le Startup Manager Day a vu le jour, sous l'impulsion de Startup Palace. La première édition (juillet 2019) s'est tenue à Nantes pour permettre aux participants d'échanger autour de plusieurs thématiques étroitement liées avec le métier de Startup Manager.

Pour cette deuxième édition hébergée chez Raise Lab à Paris, La Boussole des entrepreneurs, Maddyness et Startup Palace ont uni leur énergie pour assurer l'organisation et l'animation de cette journée qui a réuni plus de 100 participants, tous issus de structures d'accompagnement et venant des 4 coins de la France.

LE GUIDE DE LECTURE

Comme pour la première édition du Startup Manager Day, nous avons synthétisé les travaux des ateliers et la richesse des échanges dans un ULTIME GUIDE BOOK.

Dans ce livre blanc vous trouverez l'ensemble des thématiques traitées par les participants avec :

- Un récapitulatif des **problématiques** et des **enjeux** des structures d'accompagnement sur chacune des thématiques
- Une liste de **bonnes pratiques** déjà mises en place par les participants dans leur structure pour à y répondre
- De nouvelles **idées** pour redéfinir les métiers liés à l'accompagnement, assurer le développement stratégique des structures et leur fonctionnement opérationnel

***NB 1:** Les bonnes pratiques et les idées sont parfois issues du bon sens, pourquoi réinventer systématiquement la roue ?

****NB 2 :** Il est possible que certains enjeux et certaines problématiques traités ne fassent pas écho à votre quotidien en fonction du positionnement de votre structure (publique / privée, rattachée à une association, un établissement supérieur, une grande entreprise, incubateur / accélérateur etc.). Notre conseil de lecture ? Prenez dans cet ULTIME GUIDE BOOK ce qui vous semble pertinent pour votre équipe et la typologie de projet que vous accompagnez.

Bonne lecture !

**STARTUP
MANAGERS
DAY***

01

L'ÉQUIPE Le recrutement

Le recrutement d'une équipe sur des postes de Program et Startup Manager peut être fastidieux (autant de chercher le fameux mouton à 5 pattes).

Voici quelques éléments importants sur les profils :

1. Ne pas aller sur des profils qui ont, dans leurs interactions avec les autres, des affirmations excessives
2. Ne pas aller sur des profils de personnes qui ne savent pas dire qu'elles ne savent pas
3. Aller sur des personnes qui ont une passion des startups chevillée au corps

Voici quelques éléments importants sur le process de recrutement :

1. Préférable d'aller chercher des personnes qui ont déjà fait le job (caractère rassurant) vs. préférable d'aller sur des profils vierges sur le métier et privilégier la montée en compétences
2. La recommandation reste un élément clé
3. Travail autour d'une étude de cas #learningbydoing
4. Focus sur le contact humain
5. Les entrepreneurs qui ont connu de grosses galères sont des cibles intéressantes qui peuvent avoir envie d'aider d'autres porteurs de projets

Découvrez dans les pages suivantes :

■ **Posture et légitimité**

L'ÉQUIPE

Posture et légitimité

Accompagner des startups n'est pas une chose aisée. En effet, il y a souvent un monde entre les attentes de la startup et la réalité de l'accompagnement proposé. À cela s'ajoutent souvent des demandes d'expertises qui peuvent être en dehors de notre champ de compétences, le tout saupoudré d'une dose de syndrome de l'imposteur et la recette est parfaite pour douter de la plus value de l'accompagnement. Nous avons répondu ici à trois questions clés pour ne plus douter de sa légitimité et savoir quelles postures adopter face aux entrepreneurs que nous accompagnons.

Comment éviter le syndrome de l'imposteur quand on est face à des entrepreneurs et qu'on ne l'a jamais été ?

- S'appuyer sur la méthodologie de sa structure, si elle est là aujourd'hui c'est qu'elle a déjà fait ses preuves !
- Assumer une posture à la croisée d'un facilitateur et d'un tiers de confiance
- Définir clairement et annoncer ce qu'on sait faire, et ce qu'on ne peut pas faire !

Comment savoir quelle(s) posture(s) les startups attendent de nous ?

- Imposer une régularité dans les contacts entre les startups & les Startup Managers pour créer le plus de liens possibles et mieux cerner les besoins de l'entreprise
- Renforcer les temps informels pour appuyer sur ce rôle de tiers de confiance et faciliter le partage autour des attentes et des besoins en toute transparence

Comment faire face aux demandes d'expertise ?

- Faire appel à la communauté, donner l'accès pour les startups à notre écosystème
- Solliciter des experts externes et renforcer le réseau
- Consacrer du temps à l'acculturation et à l'auto-formation sur des sujets spécifiques

02

OUTILLAGE Gestion et outils

Toutes les structures d'accompagnement utilisent différents outils au quotidien pour piloter leur programme et leur process d'accompagnement.

Les principaux enjeux autour de la gestion et de l'outillage :

1. Avec la diversité et la multiplication des outils utilisés, il s'agit de disposer du BON outil au bon moment, savoir l'utiliser et le recommander à ma communauté.
2. Pour assurer la gestion globale des programmes, il est important d'avoir une vision 360°, une bonne visibilité du champ des possibles et une solution de centralisation pour interconnecter les différents outils et assurer le partage des données. Slack est utilisé par un grand nombre d'acteurs mais ne possède pas un système d'archivage efficace (perdition de l'information).
3. Lorsqu'il est question d'embarquer l'équipe ou les startups accompagnées, il faut également former tout ce beau monde aux différents outils, aux bonnes pratiques d'utilisation et gérer la transmission de l'information en cas de turnover ou d'offboarding. Solution autour du Knowledge Management pour capitaliser sur les connaissances, les ordonner et les diffuser largement (le mot initialement employé = les cross-fertiliser).

Les bonnes pratiques aujourd'hui suivies par les équipes :

1. **Les outils phares de la gestion opérationnelle** : Airtable, Trello, Monday et Slack. Généralement les startups s'adaptent et sont onboardées sur les outils de la structure d'accompagnement.

2. **Pour l'interopérabilité des outils** : utilisation du cloud et de solutions de stockage (Dropbox ou SaaS spécifique), création d'automatisation à partir d'Airtable et de ses différentes bases de données.
3. **Pour l'utilisation et la formation sur ces outils** : recommander et partager de bonnes pratiques entre pairs, mobiliser des experts outils (partenariat et formation), capitaliser sur les expertises de l'équipe et celle des entrepreneurs-neuses (BDD alimentée avec les meilleurs outils par problématique et les personnes compétentes), créer des fiches tutoriels dans Notion, animer des ateliers de co-dev. ou des séances dédiées aux outils.
4. **Pour le Knowledge Management et la transmission d'informations** : création d'une boîte à outils partagée pour suivre l'avancée des projets (des étapes associées à une grille de critères spécifique), usage de Trello pour la passation entre Startup Manager (une carte par problématique, des cartes pour l'ensemble des spécificités métiers).

Les bonnes idées pour mieux répondre aux problématiques :

- Avoir une démarche de product owner
- Créer des rituels autour des outils pour engager et responsabiliser
- Automatiser grâce aux API (Crunchbase x Airtable)

Découvrez dans les pages suivantes :

- Les KPIs d'accompagnement
- Définir et mesurer l'impact
- Collaboration startups x grands groupes
- Gestion des programmes internationaux

02

OUTILLAGE

Les KPIs d'accompagnement

Différents sujets en fonction du timing du programme :

1. AVANT le lancement du programme - Problématique liée à la clarté des attentes startups et de la proposition de valeur de l'accompagnateur, observation d'une homogénéité des KPIs définis alors que nous faisons face à une hétérogénéité de profils accompagnés (en fonction des stades d'avancement, des problématiques etc.)
2. PENDANT le programme - Problématique liée au suivi et à la mesure au quotidien de l'accompagnement et de l'apport de la structure vs. les problématiques initiales et mises à jour (process chronophage et perception de l'intérêt parfois limitée) ; engagement des startups difficile à tenir sur la durée
3. APRÈS le programme - Problématique liée à la collecte de données et à la mise à jour (importance de garder des liens)

Les bonnes pratiques aujourd'hui suivies par les équipes :

1. AVANT le lancement du programme - Sélection et qualification des startups, formalisation individuelle des objectifs attendus et des différentes actions qui vont être mises en place pour les atteindre (clarification promesses vs. contreparties), présentation de la méthodologie maîtrisée et des outils de suivi
2. PENDANT le programme - Retour sur la valeur ajoutée et l'apprentissage de chaque session qui compose le programme (feedback souvent à l'oral avec un référent), favorisation du sur-mesure en partant des besoins initialement formulés, contractualisation de l'engagement, les événements comme de véritables produits d'appel, mobilisation des alumni et de la promotion
3. APRÈS le programme - Evaluation du NPS et d'autres indicateurs pour le quantitatif, suivi individuel des objectifs initiaux pour le qualitatif et comparaison dans le temps

Les bonnes idées pour mieux répondre aux problématiques :

1. AVANT le lancement du programme - Identifier les bonnes metrics quanti à suivre (Financement(s) / Taux de croissance / Taille de l'équipe / Nombre de clients / Taille du CRM, Nombre d' alumni...), faire du sur-mesure mais que cela reste comparable
2. PENDANT le programme - Donner de la méthodologie répliquable, traquer les apports et mises en relation (prospection commerciale, investisseurs potentiels, advisors, board members...), prendre l'habitude de promouvoir le NPS (recommandation du programme), le tout grâce à une belle centralisation de l'information dans l'équipe et des outils de suivi
3. APRES le programme - Créer la grille de lecture des KPIs de l'accompagnement (nouvelle étude 2022 de La Boussole)

OUTILLAGE

Définir et mesure l'impact

Les principaux enjeux autour de l'impact :

1. La définition de l'impact avec des informations à détailler sur le nombres de critères à cocher, les bénéficiaires, le scope couvert, etc.
2. Le positionnement et l'image de la structure d'accompagnement - Comment éviter le green & social washing ? Comment se positionner comme un acteur de l'impact et être visible dans l'écosystème (pour le sourcing des projets) ?
3. L'accompagnement et la mesure de l'impact - Quelles metrics suivre en fonction des axes d'impact identifiés ? Est ce-que chaque entreprise doit être à impact ou inclure de l'impact dans son activité et comment accompagner cette transition ?

Les bonnes pratiques aujourd'hui suivies par les équipes :

1. Distinction entre l'impact social et environnemental, utilisation du référentiel des Objectifs de Développement Durable (ODD)
2. Identification de partenaires et de prestataires partageant les mêmes valeurs, mise en avant des critères de sourcing (parité des projets, gouvernance, structure advisory board etc.), focus sur l'accompagnement des femmes entrepreneurs
3. Animation de sessions dédiées avec des experts sur des critères d'impact (exemple sur la redynamisation du tissu local), organisation d'ateliers sur les thématiques d'impact (inclusion, ESS etc.), utilisation d'outil d'aide à la mesure (Zei)

Les bonnes idées pour mieux répondre aux problématiques :

1. Création d'un "label à impact" commun à toutes les structures de la Boussole, création d'une toolbox de diagnostic à l'entrée en fonction des critères ciblés
2. Définition des valeurs des structures d'accompagnement et positionnement sur des axes de travail, appels à projets spécifiques / ciblés (en fonction des profils des porteurs ou des thématiques à impact), communication sur les résultats obtenus (preuve par l'exemple)
3. Sélection de coachs et experts sensibles aux thématiques d'impact, sensibilisation par des actions (fresque du climat, ateliers à impact), mises en relation avec des acteurs de l'impact, vulgarisation de l'impact pour les startups, ateliers de réflexion collective sur l'impact (vision, business model, ressources, etc.)

02

OUTILLAGE

Gestion des programmes internationaux

Les principaux enjeux de l'internationalisation des programmes :

1. La compréhension d'un marché pour mieux maîtriser l'information et définir une stratégie de développement
2. L'accès aux financements
3. La création d'une communauté

Les bonnes pratiques aujourd'hui suivies par les équipes :

1. Accès à l'information gratuite (chambres de commerce, TFE, rapports ouverts), entretiens réalisés auprès d'un réseau de coachs et de mentors, outils d'échange sécurisés, mise en relation avec des structures similaires à la Boussole à l'étranger
2. Cartographie des partenaires nationaux (BPI France, corporate, VC, banques d'affaires), création d'un plan de financement relié au plan de développement, lien avec des partenaires privés positionnés à l'étranger
3. Identification d'acteurs connexes ayant un intérêt à aider (et notamment les fournisseurs de services), appui sur des cabinets juridiques et des associations de lobbying, conception d'accords de collaboration bilatéraux / inter-régionaux

Les bonnes idées pour mieux répondre aux problématiques :

1. Appui sur les alumni et les partenaires (lien avec leur écosystème, accès aux marchés déjà couverts et traction depuis l'international), sur les organismes d'attractivité et sur les acteurs associatifs
2. Définition d'une stratégie d'influence

ÉTAPE 1

Sourcing

Les principaux enjeux du sourcing :

1. Problématique liée au sourcing au fil de l'eau
2. Distinction entre le sourcing des profils et des projets
3. Visibilité dans l'écosystème startups et mise en avant des propositions de valeur des programmes

Les bonnes pratiques aujourd'hui suivies par les équipes :

1. Un appel à projets ouvert en continu mais avec des deadlines mensuelles pour créer le sentiment d'urgence, partenariat Pôle Emploi, relais auprès de prescripteurs par cible, stratégie de Growth hacking B2B en mettant en place des campagnes de Lead Generation, utilisation de la plateforme Pousse (listing des AAC) à nationaliser et d'outils de sourcing (Motherbase, Earlymetrics)
2. Création d'une marque employeur à part entière pour attirer des profils, partage offre d'emplois WTTJ, système de cooptation, incitation auprès des entrepreneurs alumni de partager leur expérience d'accompagnement sur LinkedIn
3. Workshops pour présenter la structure et ses spécificités, accompagnement sur la structuration des idées des porteurs de projets pouvant rejoindre le programme, mise en place d'une stratégie d'ads en ligne, travail autour du wording pour mieux toucher les cibles, création d'un kit de communication pour le relais des partenaires (avec des mails pré-draftés pour faciliter le partage et des personnes de l'équipe en charge de la relation partenaire), prises de parole sur des sujets en lien avec les programmes, mise en place d'événements sectoriels et participation à des événements innovation et tech

Les bonnes idées pour mieux répondre aux problématiques :

1. Outil de cooptation inter-structures d'accompagnement, partage de contenu en open source mais avec un système d'inscription obligatoire pour avoir un listing d'intéressés

2. Programme d'ambassadeur ou de cooptation avec des contreparties
3. Glossaire commun avec des définitions claires (charte commune aux structures d'accompagnement, cartographie des structures d'accompagnement (présentation des acteurs, de leur proposition de valeur et des AAP continus ou ponctuels), système de pré-inscription et de liste d'attente, organisation du "Vivatech de l'accompagnement" avec un Demo Day pour que les structures se prêtent à l'exercice du pitch et une session de speed dating avec des catégories pour mieux orienter les porteurs ou les startups, création d'un label commun où les startups font le choix parmi le catalogue et le pack d'accompagnement associé (tickets à utiliser pour tester un coaching, un format, etc.), lancement d'un média dédié aux témoignages

ÉTAPE 1

Sélection

Les principaux enjeux du sourcing :

1. Organisation de l'évènement de sélection et mobilisation du jury
2. Alignement entre les startups, le programme et les critères de sélection
3. Mesure de l'engagement des équipes fondatrices dans le programme et mesure du fit humain

Les bonnes pratiques aujourd'hui suivies par les équipes :

1. S'assurer de la crédibilité du jury (en fonction du nombre de personnes à solliciter) tout en évitant les biais d'autorité pour les votes
2. Formaliser les proto-personae du programme (les startups cibles), partager autour des trois objectifs prioritaires de la startup sur le programme pour valider un intérêt partagé, challenger l'apport à la communauté

3. Laisser du temps pendant la sélection pour mesurer le fit humain (en fonction des formats mis en place pour l'évaluer) mais l'inclure dans les autres critères de sélection pour éviter les choix subjectifs

Les bonnes idées pour mieux répondre aux problématiques :

1. Créer un jury de 8 membres avec un quorum de 6 avec une belle représentativité des expertises (business et métiers) et intégration d'alumni, favoriser le vote anonyme, fidéliser le jury, assurer une forme de SAV par téléphone pour détailler les raisons de la non-sélection aux startups
2. Transmettre un document clair expliquant les critères de sélection, les étapes de recrutement et les bénéfices du programme, proposer un call de référence avec une ou plusieurs startups alumni
3. Demander aux candidat de faire une vidéo pour candidater, définir et afficher les valeurs du programme

Découvrez dans les pages suivantes :

ÉTAPE 2

- **Onboarding**
- **Parcours de l'accompagnement**
- **Gamification de l'accompagnement**
- **Gestion des experts, mentors et intervenants**

ÉTAPE 2

Onboarding

Les principaux enjeux de l'onboarding :

Mobilisation générale et perception du programme au lancement

Les bonnes pratiques aujourd'hui suivies par les équipes :

Equipe programme

- Checklist digitale pour l'organisation et le lancement
- Pré-onboarding
- Parcours d'accompagnement rythmé (diagnostic, démo, cas d'usage, atelier de démarrage projet)
- Événement de lancement (kick off, speed meeting, temps informel)

Outils à disposition des startups

- Lettre à soi-même
- Pitch filmé au démarrage (pour comparer avec le pitch à la fin du programme)
- Session photo pro à réutiliser (visibilité du programme)
- Cadeaux d'arrivée

Les bonnes idées pour mieux répondre aux problématiques :

- Gamification de l'accompagnement (parcours et suivi du parcours)
- Toolkit et ressource sur Notion
- Système de buddies inter-promo
- Focus sur le phygital avec un événement central et du contenu en continu sur plusieurs jours

ÉTAPE 2

Parcours d'accompagnement

Les principaux enjeux autour des parcours d'accompagnement :

1. Accompagnement sur différents niveaux de maturité avec des projets et des équipes différentes, l'équilibre entre temps collectifs et personnalisation de l'accompagnement (qui implique d'avoir une offre d'accompagnement claire et éviter de démultiplier les programmes)
2. Le manque d'engagement des startups sur la durée du parcours, le risque de décrochage

Les bonnes pratiques aujourd'hui suivies par les équipes :

1. Focus sur les étapes de qualification en amont de la sélection en fonction de la thèse du programme, réalisation de bootcamp qui permettent une analyse en détail de la startup en amont de l'accompagnement, réalisation de questionnaires, de tests de personnalité et de motivation à l'entrée, exclusion de certaines thématiques pour avoir la capacité d'accompagner les équipes (couplée à une sélection d'experts complémentaires), plénière collective puis mini-ateliers en groupe restreints pour traiter des problématiques plus précises, introductions et mises en relation personnalisées
2. Fixation et suivi de KPIs pour s'assurer d'un bon suivi (ou non) du programme, office hour après les ateliers, association d'un Startup Manager par startup, mail recap de la semaine à venir, mini-CR demandé après chaque temps forts pour vérifier la motivation des équipes, chaque startup de la promotion doit préparer un atelier pour la communauté (engagement vis à vis des autres)

Les bonnes idées pour mieux répondre aux problématiques :

1. Conception spécifique du parcours sur ce qui peut être mis en commun et ce qui doit nécessairement être effectué de manière individuelle (regroupement par petits groupes ou sous groupes plus homogènes)

2. Partage du calendrier programmé en début de programme, automatisation / standardisation de certains formats sous le format vidéo pour suivre les indicateurs de visionnage, mise en place d'un funnel d'accompagnement avec comité de sélection, program lead, étapes mid term, etc.

ÉTAPE 2

Gamification de l'accompagnement

Pourquoi s'intéresser à la gamification ?

1. Projection vers l'accompagnement de demain (nouvelles méthodes et nouveaux outils), impact des nouveaux usages et des nouvelles technologies et moyen de différenciation dans l'écosystème
2. Engagement des startups dans la durée, concrétisation des projets et de leur évolution

Les bonnes pratiques aujourd'hui suivies par les équipes :

1. Usage des récompenses, usage d'une monnaie virtuelle pour activer l'accompagnement (formats et expertises), usage de bricks à dépenser auprès de collègues pour les remercier (le gain de bricks se fait en fonction des travaux internes initiés), usage de gather (monde virtuel avec des avatars)
2. Usage d'Openbadge pour créer des parcours avec des badges en fonction de la validation de certaines étapes et obtention d'une cartographie des compétences acquises, quiz pour valider cet apprentissage, introduction de la notion de classe préparatoire avec des passages à niveau, formalisation d'un "Playbook" de l'accompagnement en fonction des problématiques sur lesquelles nous pouvons accompagner les startups

Les bonnes idées pour mieux répondre aux problématiques :

1. Metalumnis - le métaverse de la communauté, création d'un épisode participatif à la Black Mirror avec un ensemble de parcours inspirationnels d'entrepreneurs-neuses, création d'une monnaie virtuelle pour matérialiser le crédit temps disponible pour les projets, création de NFT ou de badges communautaires qui prennent de la valeur dans le temps ou qui permettent d'avoir un accès exclusif à un programme, un événement, mise en place de cartes à gratter avec récompenses (mises en relation, 1to1 alumni, etc.)
2. Création d'un plateau de jeu digitalisé avec des passages à niveau clairement identifiés, lancement de "Mindcraft" pour construire l'évolution de ta startup, lancement d'un Monopoly dédié aux startups et à leur valorisation, collection de carte dans différents programmes d'accompagnement (profils des coaches, experts, mentors, etc.) en fonction des rencontres ou de l'accompagnement activé, organisation de challenges et de coupes en fonction de critères définis en lancement de programme (mensuel ou en fin de programme), organisation d'Olympiades entrepreneuriales inter-équipes ou inter-promotions

ÉTAPE 2

Gestion des experts, mentors et intervenants

Les experts, mentors et intervenants sont des acteurs déterminants pour la qualité d'un programme d'accompagnement. L'un des enjeux essentiels d'un Startup Manager est donc la gestion générale de ces collaborations.

Sur ce sujet, trois problématiques majeures sont à distinguer : retrouvez ici toutes les bonnes pratiques et idées à mettre en place pour y répondre.

Comment trier et s'assurer de la qualité de l'expertise apportée ?

- Établir des chartes d'engagement ou faire appel à un prestataire externe spécialisé dans le mentorat pour ce faire
- Participer en tant que Startup Manager aux workshops pour déterminer la qualité de formation délivrée par l'expert
- Demander une validation de compétences ou une recommandation à une autre structure d'accompagnement

Comment organiser le réseau d'experts ?

- Utiliser des outils de gestion comme Calendly, SimplyBook, Zapier/ Airtable, Notion ou encore, les outils de gestion personnalisés des structures de l'écosystème comme celui de La Ruche pour piloter, suivre les échanges avec les experts
- Inclure une clause dans le contrat d'incubation incitant à partager et à donner du temps à l'ensemble de la communauté, pour transmettre son expertise
- Pour les alumni, élire/désigner un parrain ou une marraine de promotion afin de soutenir ce réseau d'experts
- Partager son réseau d'experts entre structures d'accompagnement de l'écosystème

Quels formats adopter pour faire vivre la communauté ?

- Privilégier les petits groupes si leurs services sont payants
- Utiliser un système de ticketing pour mobiliser ses experts, à savoir, établir un nombre de tickets par an et par expert, à utiliser pour les solliciter
- Exclure les no-shows du réseau d'experts
- Fidéliser ses experts en les invitant à des événements et en les mettant en avant sur les réseaux sociaux

ÉTAPE 3

Offboarding

Les principaux enjeux de l'offboarding :

Perception du programme au closing et maintien d'un lien durable

Les bonnes pratiques aujourd'hui suivies par les équipes :

- Événement de closing ou invitation à un évènement tiers
- Cadeau de fin

Les bonnes idées pour mieux répondre aux problématiques :

- Offre dédiée aux alumni avec le crédit temps encore disponible post-programme ou du crédit temps supplémentaire contre du temps à investir dans le programme
- Programme de referral
- Yearbook (livre de la promotion avec les infos clés, les temps marquants et les photos)

ÉTAPE 3

Animation des communautés

Toute structure d'accompagnement est riche de ses communautés : autant alumni que promotion actuelle, il est essentiel de les garder mobilisées. Cet engagement des communautés permet d'augmenter la valeur ajoutée pour toutes les parties !

Pour des alumni plus engagés, plusieurs solutions s'offrent à vous :

- Entretien le lien avec des cadeaux de départ et/ou en proposant des events et masterclass, communiquer sur l'utilité et le pouvoir de la communauté, établir un annuaire de promotion avec des photos souvenir, que toutes les promotions pourront consulter en autonomie, favoriser l'appartenance à son groupe de promotion en instaurant des noms, identifiables sur les réseaux sociaux

Rendre sa communauté plus autonome permet de gagner du temps et de mieux mobiliser ses différentes promotions. Pour vous aider, voici quelques bonnes pratiques et idées à mettre en place :

- Engager un Community Manager, favoriser l'informel et personnaliser les échanges, établir un système de parrainage entre personnes de promotions différentes, inciter les alumni à accorder un quota d'heures par trimestre à la nouvelle promotion, en fonction de compétences clés (que l'on pourra par exemple indiquer sur un trombinoscope interactif avec des expertises activables)

Enfin, animer ses communautés à travers de l'événementiel, est un moyen efficace de les garder mobilisées. Retrouvez ici diverses idées pour mieux gérer la communication et l'organisation de ces événements :

- Organiser des événements hors cadre professionnel (des apéritifs, des sorties, des divertissements, etc.), prévoir des temps forts réguliers comme des petit déjeuners entrepreneurs (CEO, CTO, ...) hebdomadaires, des bootcamps, etc., constituer des groupes de travail ad-hoc entre entrepreneurs sur des problématiques précises et faire des ateliers d'intelligence collective, proposer des échanges d'entreprises pour un temps défini, organiser des visites d'entreprise par groupe de promotion sur des thèmes précis, utiliser des applications et plateformes d'animation de communautés comme Slack, Luma ou Hopin et permettre le networking avec des alumni d'autres structures

MONEY, MONEY, MONEY

Business Model de l'accompagnement

Les principaux enjeux du Business Model :

Travail autour de la mise en place d'un modèle rentable pour faire vivre l'activité autour de différentes pistes de réflexion

- Evaluation de la pertinence d'un nouveau modèle accélérateur-investisseur & de la pérennité des financements
- Hybridité du business modèle quand l'accompagnement est gratuit et que le ROI n'est pas envisageable
- Ratio de bénéfices vs. contraintes liées aux financements publics

Les bonnes pratiques aujourd'hui suivies par les équipes :

- Partenariats corporos et services aux écoles, mise en place de clubs d'entreprise et d'un virtual membership associé
- Location de locaux incluant l'accompagnement
- Collaboration et mutualisation entre différentes structures d'accompagnement

Les bonnes idées pour mieux répondre aux problématiques :

- Adhésions payantes pour les alumni, les mentors, les partenaires, offre d'accompagnement post-programme
- Monétisation d'une plateforme digitale d'accompagnement (digitalisation de l'activité d'accompagnement)
- Prises de participation, système de success fees sur les startups et/ ou sur les corporates
- Certification Qualiopi pour des formats de formation
- Evènements payants (Demo Day) et financement des accompagnateurs par les financeurs

MONEY, MONEY, MONEY

Financement de l'innovation

Les principaux enjeux du financement de l'innovation :

1. Comment mutualiser l'information et automatiser les parcours startups sur des financements non dilutifs ?
2. Sourcing, formation des investisseurs, création d'un réseau pour les financements dilutifs
3. Décentralisation et capacité à sourcer des investisseurs en dehors de Paris

Les bonnes pratiques aujourd'hui suivies par les équipes :

1. Formation à la levée (sur l'état d'esprit, les aspects juridiques, etc.), présentation auprès de VC, réalisation d'ateliers collectifs mais aussi de rdv individuels avec des revues de deck pour cette formation
2. Création de partenariats et mise à disposition de base de données opensource
3. Participation à des événements et des salons en régions, réalisation de revue de dealflow avec les VC

Les bonnes idées pour mieux répondre aux problématiques :

1. Créer une "École des BA" pour une formation en continue aux enjeux de financements
2. Réaliser des passerelles entre les réseaux de BA
3. Créer et participer à plus d'événements en régions et en Ile de France

MONEY, MONEY, MONEY

Financement dilutif early stage

Les principaux enjeux du financement early stage :

1. Le manque de culture à l'investissement des Startup Managers et le manque de légitimité sur le sujet
2. Sourcing et sélection des startups en levée de fonds
3. Complexité et durée du processus d'investissement

Les bonnes pratiques aujourd'hui suivies par les équipes :

1. Lien avec les clubs de BA - réalisation de session de pitch avec des startups très qualifiées, accès à des véhicules financiers, possibilité de formation aux enjeux des investisseurs
2. L'usage d'une plateforme dédiée pour la mise en relation auprès de BA expérimentés, l'autonomie de gestion (audits et automatisations)
3. Le crowd equity - accès à des ressources pour se former sur l'investissement, ticket minimum pour besoin minimum

Les bonnes idées pour mieux répondre aux problématiques :

1. Cartographie et annuaire d'une cible d'investisseurs, ouverts à toutes les personnes familières avec l'entrepreneuriat, ce qui permet de réduire les freins de la légitimité grâce à la formation. Une association avec des banques et des réseaux d'investisseurs est envisageable.
2. La mise en relation startups-investisseurs via le site web en imaginant une landing page par startup, en mettant à disposition une personne référente pour accompagner sur le financement. Cette mise en relation peut s'effectuer également via de l'animation d'événements ou en réunissant une communauté d'investisseurs.
3. Internalisation du financement, en laissant la possibilité aux membres de la structure d'accompagnement d'écrire un avis et/ou des points d'attention.

MONEY, MONEY, MONEY

Activation de la relation startups-investisseurs

Les principaux enjeux de la relation :

- Comment sourcer les investisseurs ?
- Comment fidéliser un réseau d'investisseurs ?

Les bonnes pratiques aujourd'hui suivies par les équipes :

- Réalisation de Demo Day pour donner une visibilité aux startups face à des investisseurs
- Sourcing avec le réseau local
- Mise en place d'une plateforme de financement
- Diffusion de newsletter et/ou d'un Startup Book auprès d'investisseurs
- Ateliers et challenges en présence de startups et business angels

Les bonnes idées pour mieux répondre aux problématiques :

1. Création d'un club de BA affilié à la structure d'accompagnement pour apporter de la valeur directement avec des startups et des BA de confiance
2. Mutualisation des réseaux de BA entre les structures d'accompagnements
3. Réalisation d'événements en commun sur des thématiques pouvant toucher BA et startups

REMERCIEMENTS

Un grand MERCI à la centaine de participants ayant accepté de passer une journée à nos côtés afin d'alimenter ces sujets de notre quotidien.

Un grand MERCI à **La Boussole des entrepreneurs** et à son équipe de nous avoir soutenus sur l'organisation et l'animation de cet évènement mais surtout de fédérer cet écosystème depuis sa création.

Un grand MERCI à **Raise Lab** et à son équipe pour leur accueil chaleureux au sein de la Maison Raise Lab et leurs insights passionnants tout au long des ateliers.

Un grand MERCI à **Maddyness** pour la visibilité apportée à l'évènement, l'animation d'une Masterclass d'exception et le relais post-évènement pour continuer de faire vivre ces échanges à plus large échelle.

Nous avons conscience que nos métiers évoluent à la vitesse de la lumière, nous souhaitons donc que ce document évolue dans le temps, au grès des futures éditions du Startups Managers Day et des éclairages apportés par les nouveaux participants. Si vous souhaitez apporter votre pierre à l'édifice, nous vous invitons très chaudement à participer à l'édition 3. Restez connectés...

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

A propos :

Créé en 2015, **Startup Palace** opère des programmes d'accélération en marque blanche pour des entreprises et des territoires. Sa mission est de favoriser la collaboration entre startups et grands groupes via la mise en place de programmes sur mesure répondant à des enjeux spécifiques, opérés en partie ou intégralement. Startup Palace opère ainsi depuis quelques années le programme d'accélération de Ouest-France, OFF7, le programme French Assurtech qui rassemble les leaders des mutuelles d'assurance pour redéfinir l'assurance de demain ou encore la Cabine, l'accélérateur de startups en Vendée.

**STARTUP
MANAGERS
DAY***

ULTIMATE GUIDE BOOK

Édition #2
juin 2022

synthèse gérée par

Startup
PALACE