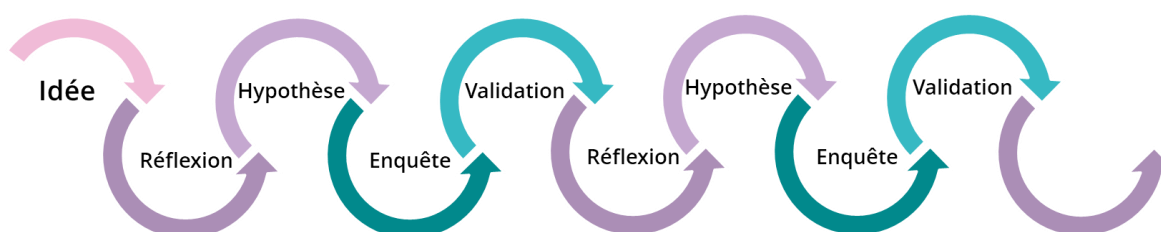


Hypothèses et leur validation

Lors des études de marché, l'analyse des besoins, les recherches sur internet ou encore la génération d'idées de produits et de services, nous avons l'habitude d'émettre une multitude d'hypothèses. Le principal danger est de les considérer comme des certitudes et de construire la suite des réflexions sans prendre la précaution de les valider sur le terrain.

Une de nos connaissances disait : « *Tout ce que tu penses entre tes quatre murs ou devant ton ordinateur est pure supposition ! Ce sont tes futurs clients qui détiennent la vérité.* ».

L'émission et la validation des hypothèses font partie d'un cycle répétitif :



1. Presque toujours, le premier cycle commence par une idée, pour donner suite à des observations, qu'elles soient parfaitement conscientes et organisées ou partiellement formulées et fruits de réflexions subconscientes :
2. La formulation de l'idée donne alors naissance à une réflexion plus organisée ;
3. Durant la réflexion, un certain nombre d'hypothèses ou de suppositions sont émises, à partir de connaissances diverses sur le contexte qui les concernent ;
4. Vient alors le moment de vérifier leur pertinence en obtenant des retours des personnes concernées par ces hypothèses, que ce soit par le biais de sondages, enquêtes, interviews, groupes focus ou encore grâce à des discussions avec des experts.

Le plus grand défi est de poser les bonnes questions, dans le bon ordre, et surtout sans influencer l'interlocuteur pour qu'il réponde ce qui nous convient ;

5. Finalement, le cycle se termine par la validation (ou l'invalidation) des hypothèses émises antérieurement.

En conséquence de ce premier cycle, un nouveau commence par une réflexion qui entrainera la formulation de nouvelles hypothèses et ainsi de suite.

Le nombre de personnes devant être consultées pour valider ou invalider une hypothèse variera avec la méthode employée et les ressources disponibles pour le faire. Un sondage en ligne peut atteindre un grand nombre de personnes avec une logistique relativement modeste, alors que des interviews demandent beaucoup plus de temps à consacrer par contact établi.

Il est aussi intéressant de prendre compte que les tendances se confirment progressivement de manière non linéaire. Pour un sondage en ligne, il est probable qu'entre 10 et 50 réponses ne donnent des résultats qu'avec une grande marge d'erreur, qu'entre 50 et 100 réponses cette marge d'erreur diminue sensiblement et qu'au-delà de 100 réponses, les tendances ne changent que très peu.

Lors d'interviews, il est possible d'affiner progressivement les questions et d'en augmenter le nombre ainsi que la précision d'interprétation qui en découle.

Le point le plus délicat est la préparation des questions et, pour ne pas trop charger ce document, nous te recommandons juste de réfléchir à ces quelques points :

1. Estimer le nombre nécessaire de réponses à obtenir pour en dégager une certaine fiabilité ;
2. Suivre une bonne logique pour le séquençage des questions, évitant des changements brusques et fréquents de thématiques ;
3. Commencer par des questions d'ordre général avant d'aborder des questions plus personnelles ;
4. Evitez d'influencer une réponse en citant une référence connue dans le corps de la question ;
5. Evitez l'influence d'une question antérieure qui pourrait induire l'interlocuteur en relation à la réponse la suivante ;
6. Testez votre sondage avec quelques personnes neutres avant de le généraliser ;
7. Vérifiez la durée du sondage ;
8. Réfléchissez aux meilleurs canaux de distribution (mailing, réseaux sociaux, courrier normal, face à face...), ainsi que les meilleurs jours et horaires ;
9. Evitez de poser deux questions en une seule, par exemple : plus cher Et meilleur ;
10. Evitez d'utiliser tout jargon, testez-en la compréhension avec une personne de la famille n'étant pas du tout familière avec la thématique (voir The Mom Test de Rob Fitzpatrick) ;
11. Equilibrez les questions fermées et les questions ouvertes de sorte à faciliter la compilation des réponses ;
12. Evitez toute ambiguïté dans les propositions de réponses du genre : un peu plus cher, beaucoup plus que d'habitude, de temps à autre, etc. ;
13. Faites attention à donner la possibilité de choisir « Autres » lorsque vous ne pouvez ou voulez pas présenter toutes les alternatives possibles d'une liste, par exemple : Bleu, Violet, Rouge, Jaune, Autre couleur ;
14. Evitez d'avoir des propositions de réponses qui englobent d'autres tels que : Les réseaux sociaux, LinkedIn, Facebook, etc. ;
15. Lors des propositions de réponses en échelles telles que : Insatisfait...Satisfait, Mauvais...Bon ou encore Négatif...Positif, réfléchissez avant d'y insérer la position « neutre » qui n'apporte généralement pas grandes informations ;
16. Lors des propositions de réponses en échelles, veillez à un bon équilibre de répartition autour du point neutre, par exemple, évitez une échelle telle que : Très mauvais, Acceptable, Bon, Très bon, Fantastique ;
17. Réfléchissez à l'avantage de proposer des alternatives de réponses qui offrent plus de liberté à votre interlocuteur, telles que ; Je ne sais pas, Cela ne me concerne pas ;
18. Evitez de rendre la majorité des questions obligatoires, pouvant générer du stress inutile.

Une vidéo intéressante sur Youtube: La questiologie ou l'art de poser les bonnes questions: Frederic Falisse at TEDxPantheonSorbonne : <https://www.youtube.com/watch?v=R6YYiZVQMFg>

Sur My-SBM Design

Sur la plateforme My-SBM Design il existe deux pages : « Emission des hypothèses » et « Validation des hypothèses », dans le but de bien marquer les deux moments distincts des enquêtes :

- Avant d'aller sur le terrain ;
- Après avoir compilé les réponses et soupesé la validation ou invalidation d'une hypothèse.

Hypothèses

#	Sujet	Hypothèse globale	Source de validation	Objectif de réponses	Observations
1	Besoins	Le Super Canevas incite à s'inscrire en freemium.	Vérification par Google Analytics	100	
2	Besoins	L'intérêt des créatrices d'entreprise est plus élevé que celui des créateurs.	Sondage	80	

Questions

#	Question
1	Quelles et compétences et forces imaginez-vous avoir pour créer une entreprise?
2	Quelles lacunes imaginez-vous avoir lors de la création d'une entreprise?
3	Avez-vous eu des formations sur l'entrepreneuriat?
4	Que valoriseriez-vous le plus dans une formation à l'entrepreneuriat: - Explications et informations théoriques - Structuration du parcours à suivre - Exercices - Echanges entre pairs