

# Tester son concept

Avant, pendant et après lancement

PEPITE HESAM novembre 2023

Ibrahim CISSE

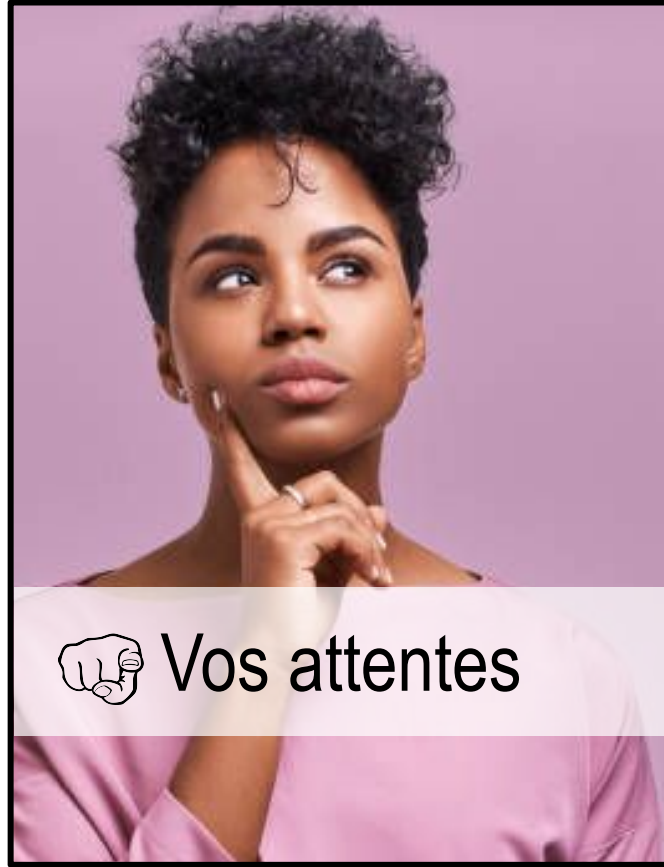
Rédha ABD EL MOUMEN



babelpeople



**Rédha ABD EL MOUMEN**  
[redha@babelpeople.com](mailto:redha@babelpeople.com)



 Vos attentes



**Ibrahim CISSE**  
[ibrahim@dudigital.co](mailto:ibrahim@dudigital.co)

## HESAM

#1 **Télécharger** le contenu de l'atelier

#2 **Remplir le questionnaire à charge** pour donner votre avis sur l'atelier du jour

#3 **Laissez-nous votre avis** sur Google

#4 Obtenir nos coordonnées

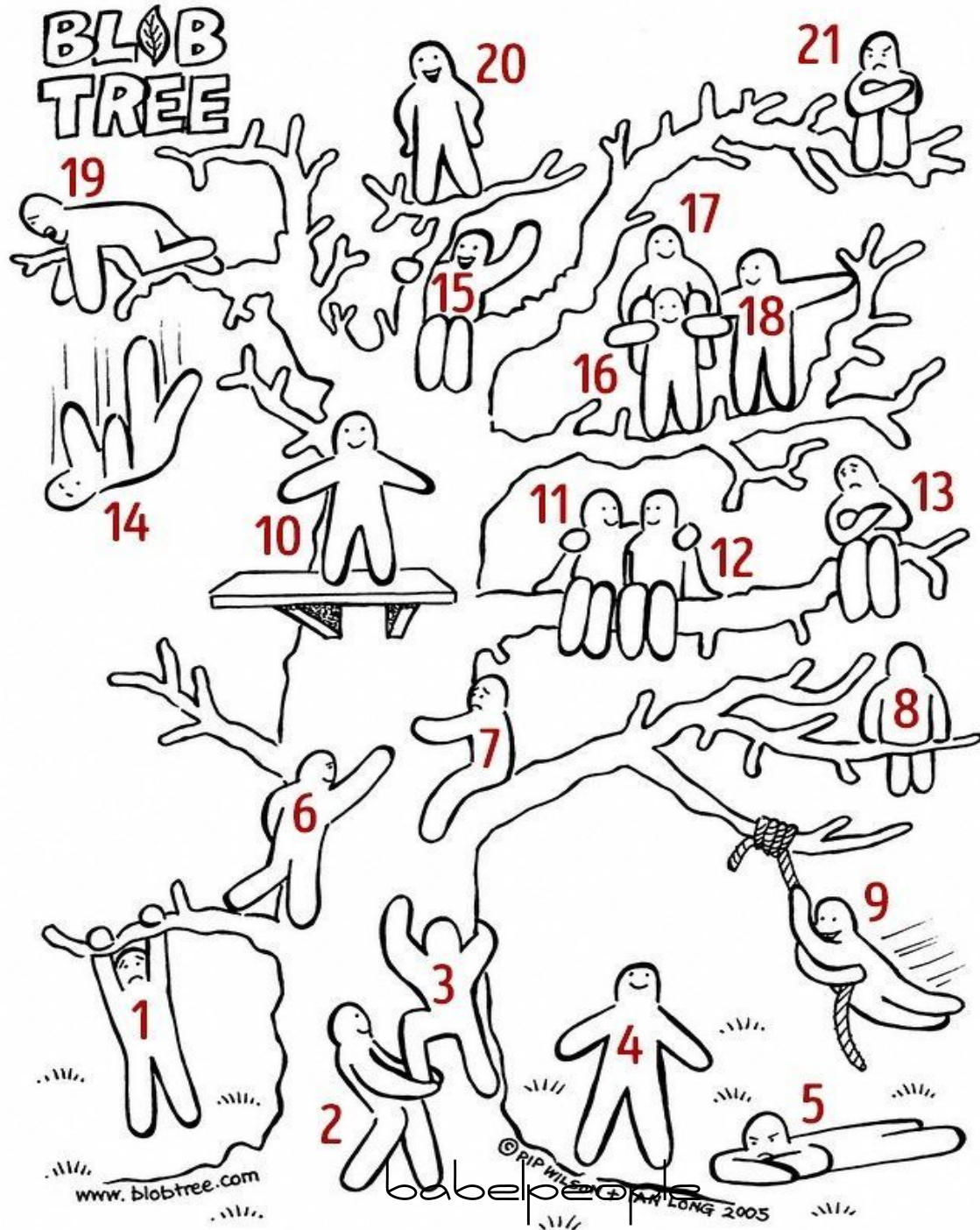
Nom\*

Prénoms\*

<https://babelpeople.com/hesam>

Envoyer





Aujourd'hui,  
où vous  
situez-vous ?







# L'atelier en 3 temps

1. Je prépare un visuel produit\*

2. Je prépare un pitch produit

Pause

3. Je teste mon produit

Questions / réponses

babelpeople

\*Produit = une idée, un service, une offre ou un objet



On commence !

babelpeople




# Objectif du workout

Apprendre à tester votre offre sur le terrain avant, pendant et après lancement auprès de vos utilisateurs pour l'améliorer et mieux décider en fonction des retours.

babelpeople





Ici, c'est

parti-pris.

babelpeople

Si vous devez échouer, échouez  
rapidement puis recommencer

Vous devez être parfaitement  
imparfait.e !



# L'atelier en 3 temps

1. Je prépare un visuel produit

2. Je prépare un pitch produit

Pause

3. Je teste mon produit

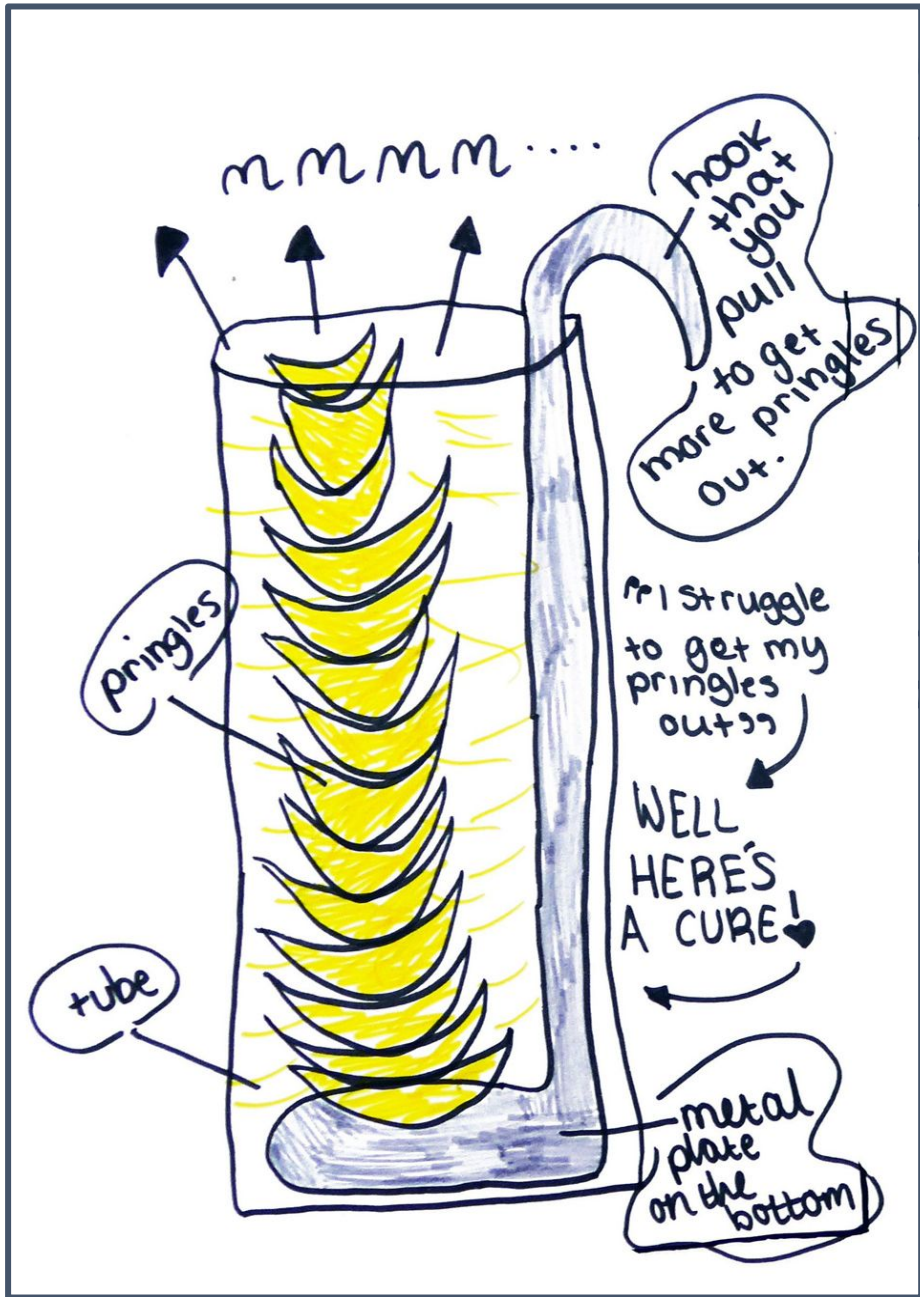
Questions / réponses



Parfois, un simple dessin suffit pour  
se lancer et / ou se tester !

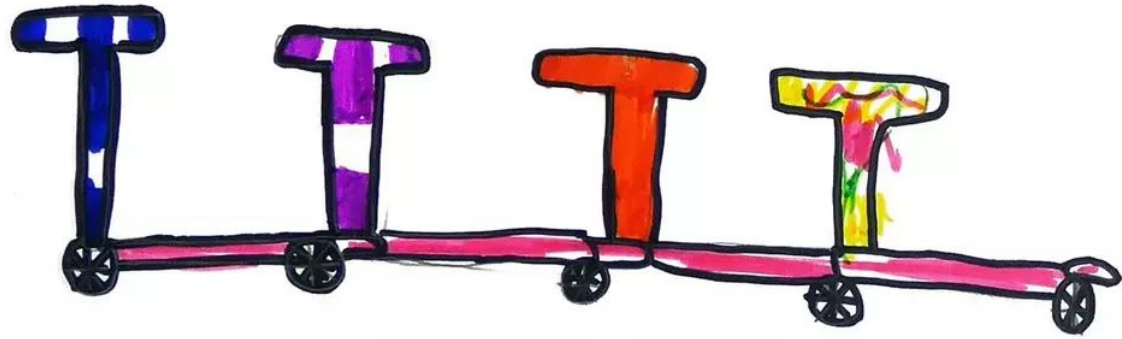
# Le Pringle Hook

par Georgia, 11 ans





# Le Family scooter par Wendy, 9 ans

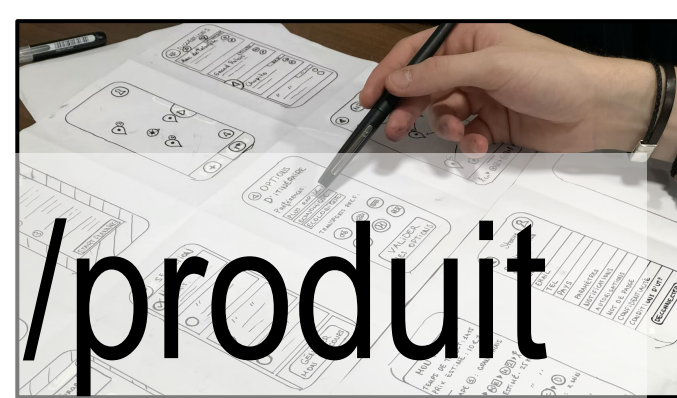
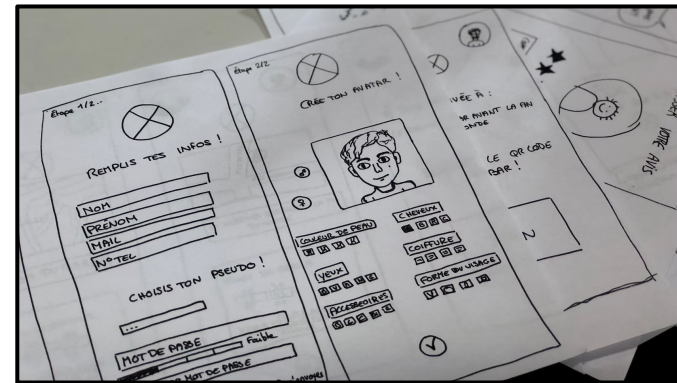
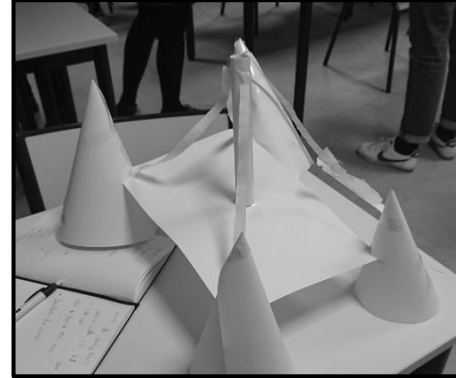
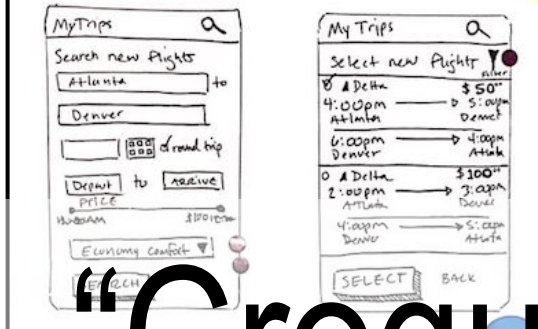


This invention is a family scooter. it works by all the ~~body~~ family push and it rides.

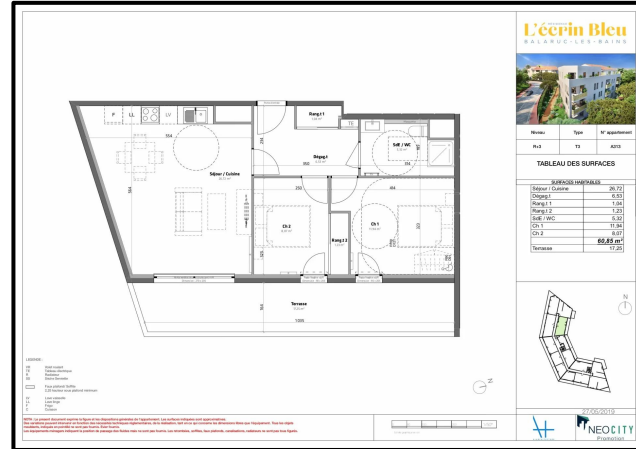
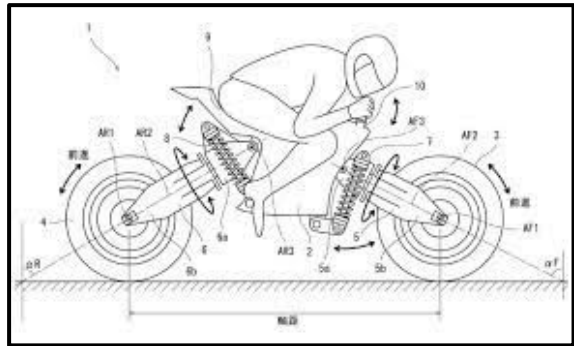
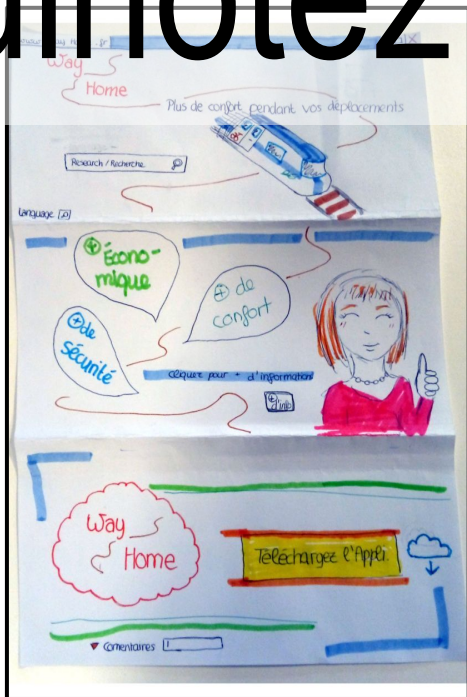
It would be great for a big family.







# “Croquinez” votre idée / produit



babepeople



# L'atelier en 3 temps

1. Je prépare un visuel produit

2. Je prépare un pitch produit

Pause

3. Je teste mon produit

Questions / réponses

# Présentez votre produit de façon

- Synthétique
- Simple
- Stupide





babelpeople



# Le ciré zara

Il est water repellent avec une poche style kangourou avec zip et rabat sur le devant.

Il a col montant et une capuche ajustable par cordons. Il a des manches longues terminées par un élastique ajustable.

Sa longueur est asymétrique et sa fermeture a un style polo avec zip thermosoudé. Le prix est à 49,90 €

babelpeople



# Le ciré zara

## Fonction

Il est water repellent avec une poche style kangourou avec zip et rabat sur le devant.

## Avantage

Il a col montant et une capuche ajustable par cordons. Il a des manches longues terminées par un élastique ajustable.

## Bénéfice

Sa longueur est asymétrique et sa fermeture a un style polo avec zip thermosoudé. Le prix est à 49,90 €



# Le filet à débris de l'espace

Ceci est un filet à débris pour les ramener sur Terre et les reconvertir.

Les débris ont des trajectoires et déplacements aléatoires et le filet permet une capture plus facile.

C'est pour éviter que l'espace ne devienne une poubelle.





# Le filet à débris de l'espace

## Fonction

Ceci est un filet à débris pour les ramener sur Terre et les reconvertir.

## Avantage

Les débris ont des trajectoires et déplacements aléatoires et le filet permet une capture plus facile.

## Bénéfice

C'est pour éviter que l'espace ne devienne une poubelle.





## Voici le cabas Onthego Louis Vuitton

Spacieux, il peut accueillir les indispensables d'une femme active C'est le compagnon des journées de travail ou des sorties.

Ses deux poignées Toron et ses deux longues anses permettent différentes options de portée.

La toile Monogram d'un côté et Monogram Reverse de l'autre donne l'illusion de deux sacs en un.

babelpeople



## Voici le cabas Onthego Louis Vuitton

### Fonction

Spacieux, il peut accueillir les indispensables d'une femme active C'est le compagnon des journées de travail ou des sorties.

### Avantage

Ses deux poignées Toron et ses deux longues anses permettent différentes options de portée.

### Bénéfice

La toile Monogram d'un côté et Monogram Reverse de l'autre donne l'illusion de deux sacs en un.

babelpeople



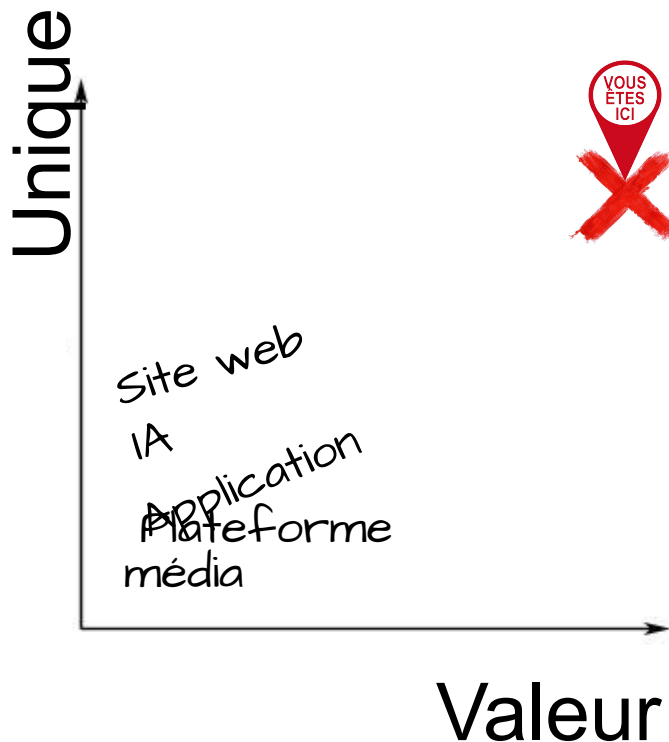
On passe à la pratique

babelpeople



Voici le / la ...

Nom



Fonction

C'est quoi et ça sert à quoi de façon simple.  
Caractéristique fonctionnelle du produit

Avantage


En quoi est-ce différent des autres solutions  
Description factuelle des avantages

Bénéfice

Quelle sera l'expérience positive ressentie à  
l'usage de votre solution

babelpeople





**FOCUS**



Vos utilisateurs et utilisatrices se  
fichent de votre passion pour votre  
solution !



# L'atelier en 3 temps

1. Je prépare un visuel produit

2. Je prépare un pitch produit

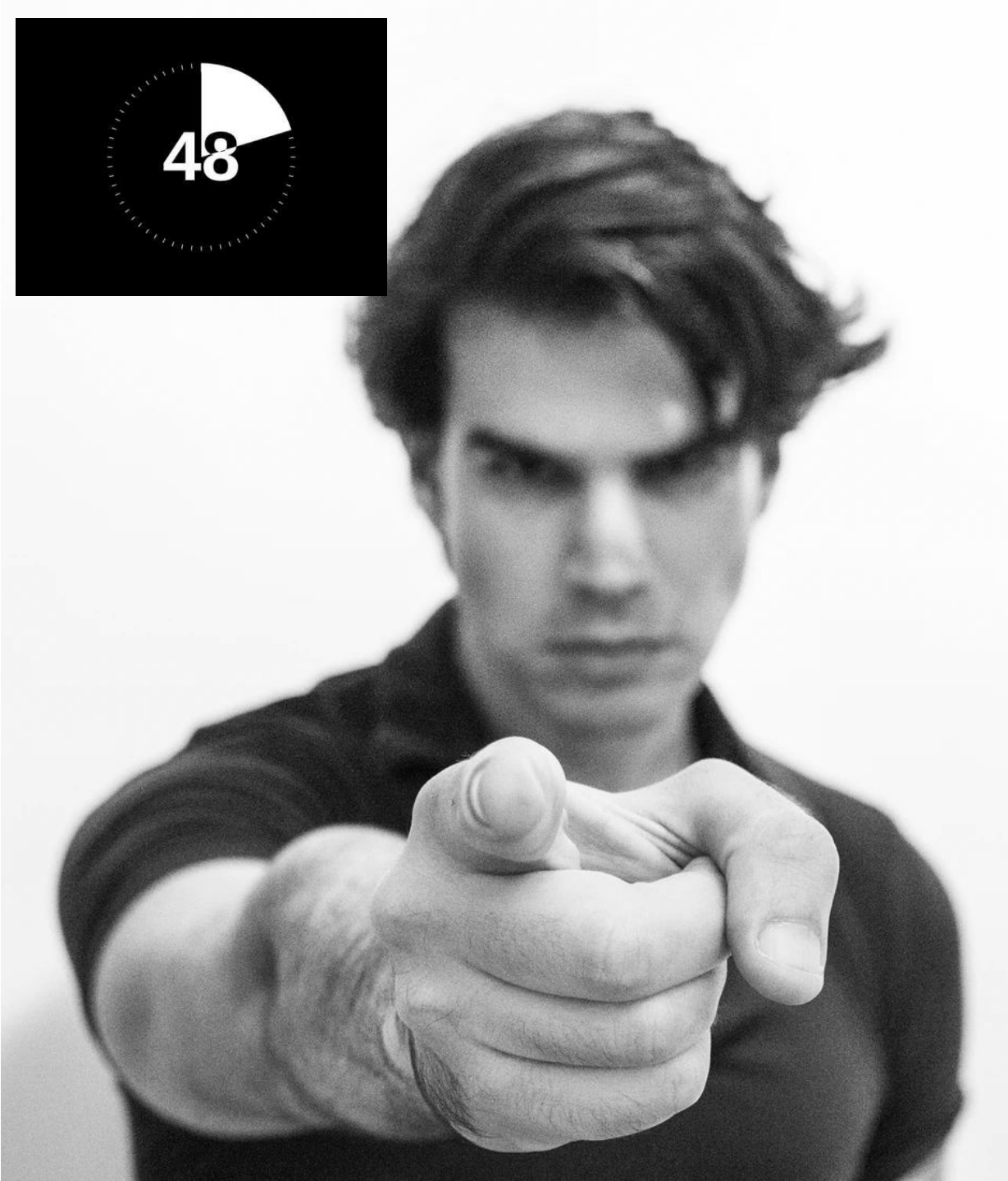
Pause

3. Je teste mon produit

Questions / réponses



48



Préparez un  
prototype de votre  
produit ou un flyer  
par exemple

babelpeople

A votre avis, pourquoi  
faudrait-il faire des tests ?



Vérifier  
l'adéquation de  
votre offre / client



Déterminer les  
solutions à  
apporter



Découvrir des  
opportunités et en  
tirer profit

babelpeople

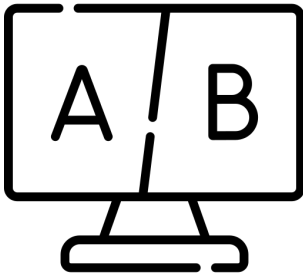




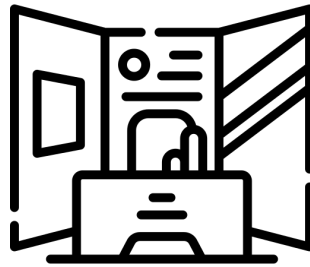
On passe à la pratique

babelpeople

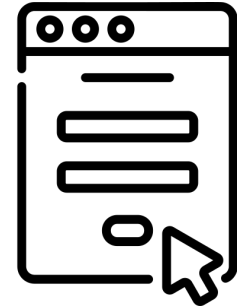
# Votre test de concept avec 3 outils différents



Le test A/B



L'essai



Le formulaire



Elle, c'est Awa

Elle lance son  
business dans les  
accessoires pour  
sac à main. Elle a  
créé un porte-sac.

babelpeople



babelpeople

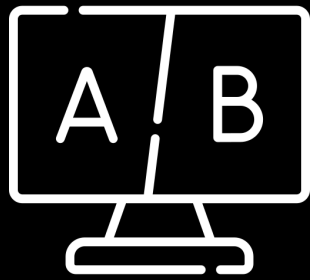




“ Vous en avez assez d’aller au restaurant et ne pas savoir où poser votre sac à main sans le salir... J’ai créé le porte-sac Babelbag”

babelpeople

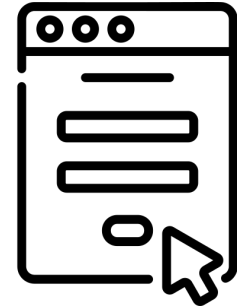
# Votre test de concept avec 3 outils différents



Le test A/B



L'essai



Le formulaire

## A/B Testing

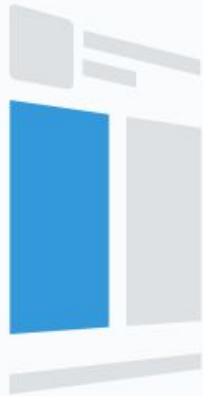
50% visitors  
see variation A



↓  
**21%**  
conversion

vs

50% visitors  
see variation B



↓  
**38%**  
conversion

**Définition** : Le test A/B (ou A/B testing) est une technique de marketing qui consiste à proposer plusieurs variantes d'un même objet qui diffèrent selon un seul critère (par exemple, la couleur d'un emballage) afin de déterminer la version qui donne les meilleurs résultats auprès des utilisateurs.

Wikipédia

babelpeople

A B



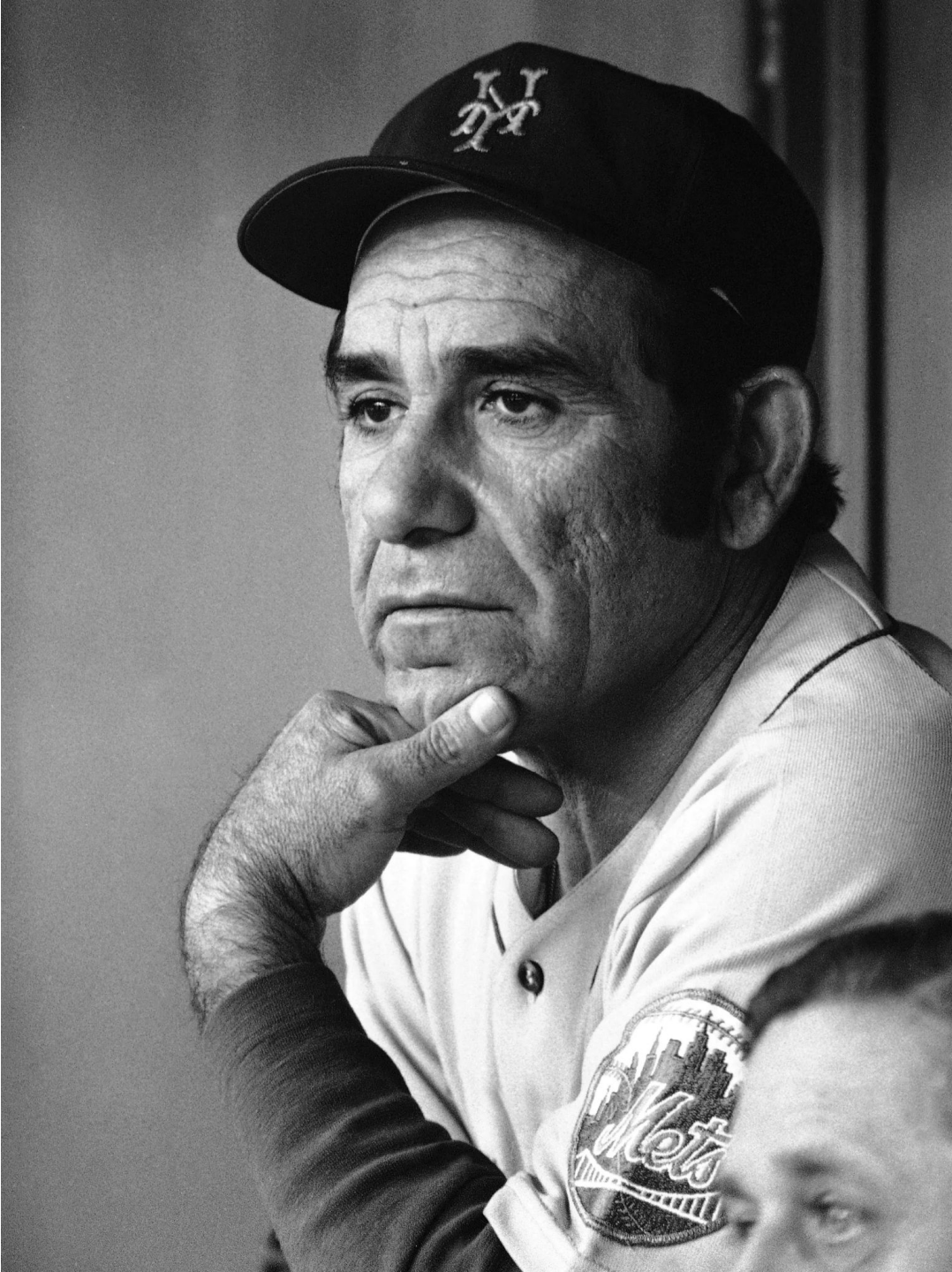
# Pourquoi faire un test A/B ?

- Mieux formuler ses options
- Réduire à l'essentiel A ou B
- Identifier qui convertit le mieux.



# 3 étapes à respecter

1. Définissez l'objectif du test
2. Préparez vos contenus
3. Réalisez votre test



« Si vous ne savez pas où vous allez, vous risquez de vous retrouver ailleurs. »

Yogi BERRA

babelpeople



“Je veux valider mon **prix de vente** soit à **9 €** soit à **19 €.**”

Faites autant de tests A/B que d'objectifs à valider :

- Couleur : **or** ou **argent**
- Série limitée ou stock tampon
- Matière : fer ou étain
- Emballage : éco ou écrin

babelpeople

# 1 Définissez l'objectif de votre test A/B

Valider un prix

Valider une fonctionnalité

Valider un coloris

Valider un nom

Valider un mode de distribution

Valider un modèle, format...

Valider un associé

...



# 3 étapes à respecter

1. Définissez l'objectif du test
2. Préparez vos contenus
3. Réalisez votre test

# 2 Préparez vos outils

Préparez vos choix A / B



Prix de vente à 9€

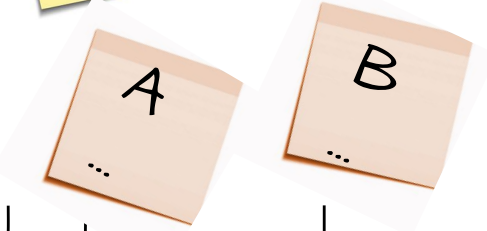
Prix de vente à 29€

A Service sur place

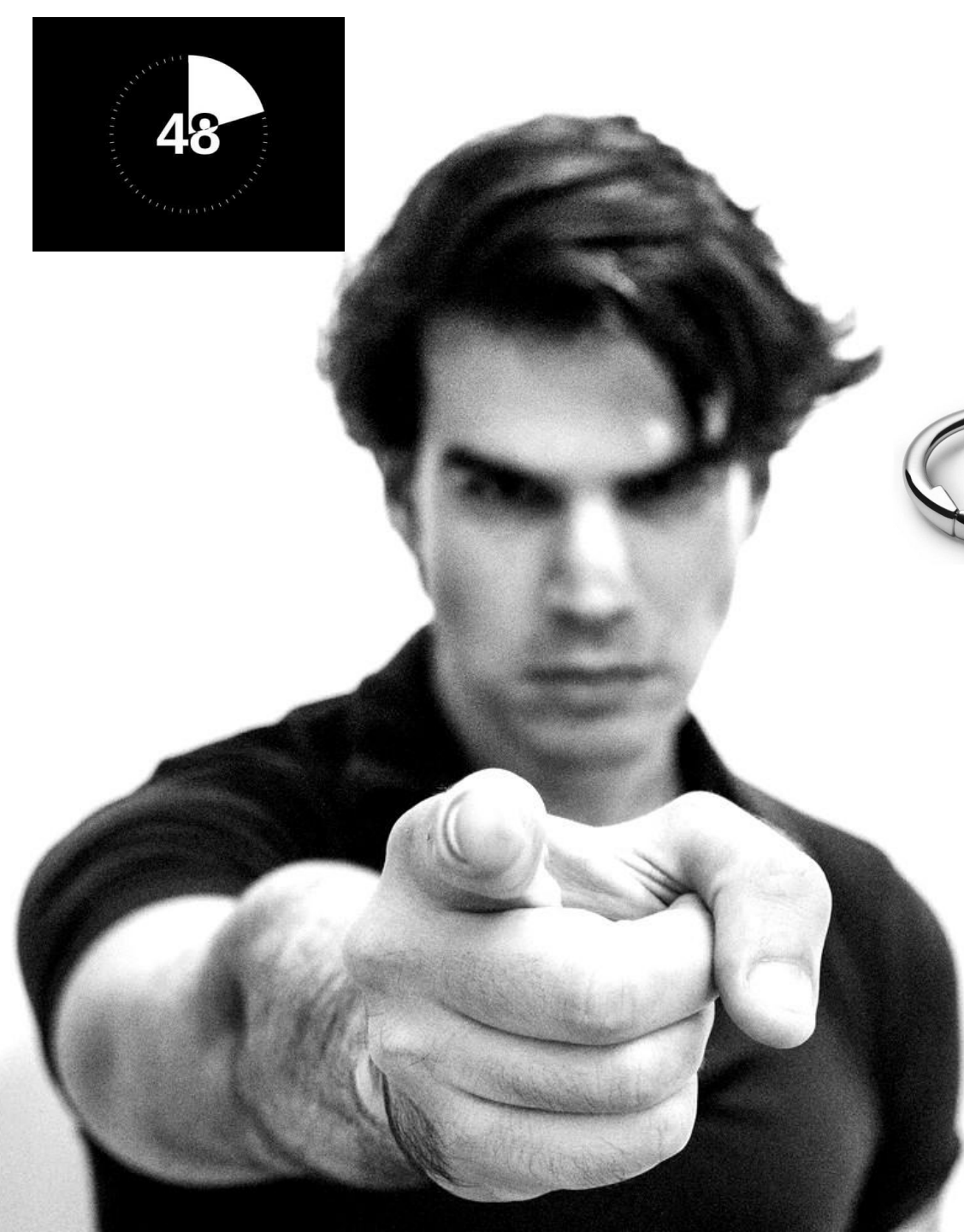
B Click & collect

A Menu à la carte

B Buffet à volonté



bat. people



# 3 étapes à respecter

1. Définissez l'objectif du test
2. Préparez vos contenus
3. Réalisez votre test





Entrepreneur ·

Testeur · euse

e





- ⊗ Attendre
- ⊗ Phrases longues
- ⊗ Jargon technique

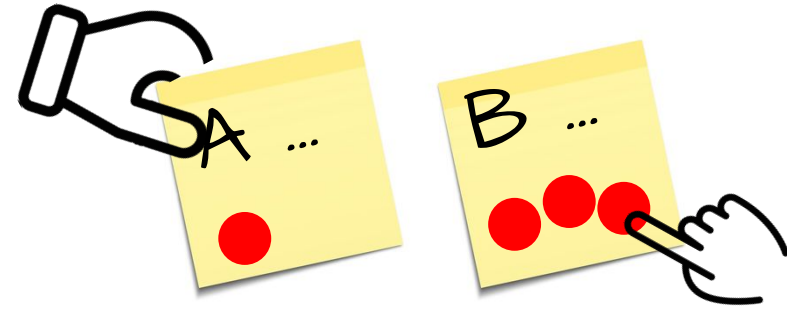


- ☑ Mener l'entretien
- ☑ 12 mots maximum
- ☑ Mots simples



# 3 Réalisez votre test A/B

Entrepreneur·e




Utilisateur·rice

Faites des binômes

Présentez votre choix à valider.

Récoltez des données.

babelpeople



**FOCUS**

Même un test se teste.

Ne prenez pas les remarques personnellement.

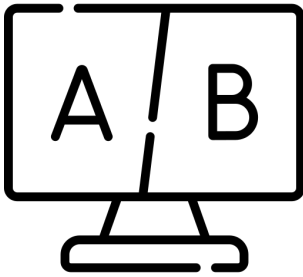
Qu'importe les données, c'est vous qui déciderez.



Des questions ?  
Des suggestions ?  
Des commentaires ?



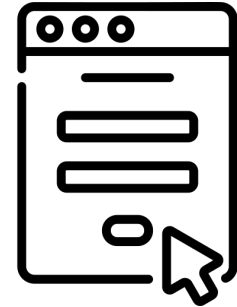
# Faire un test de concept avec 3 outils différents



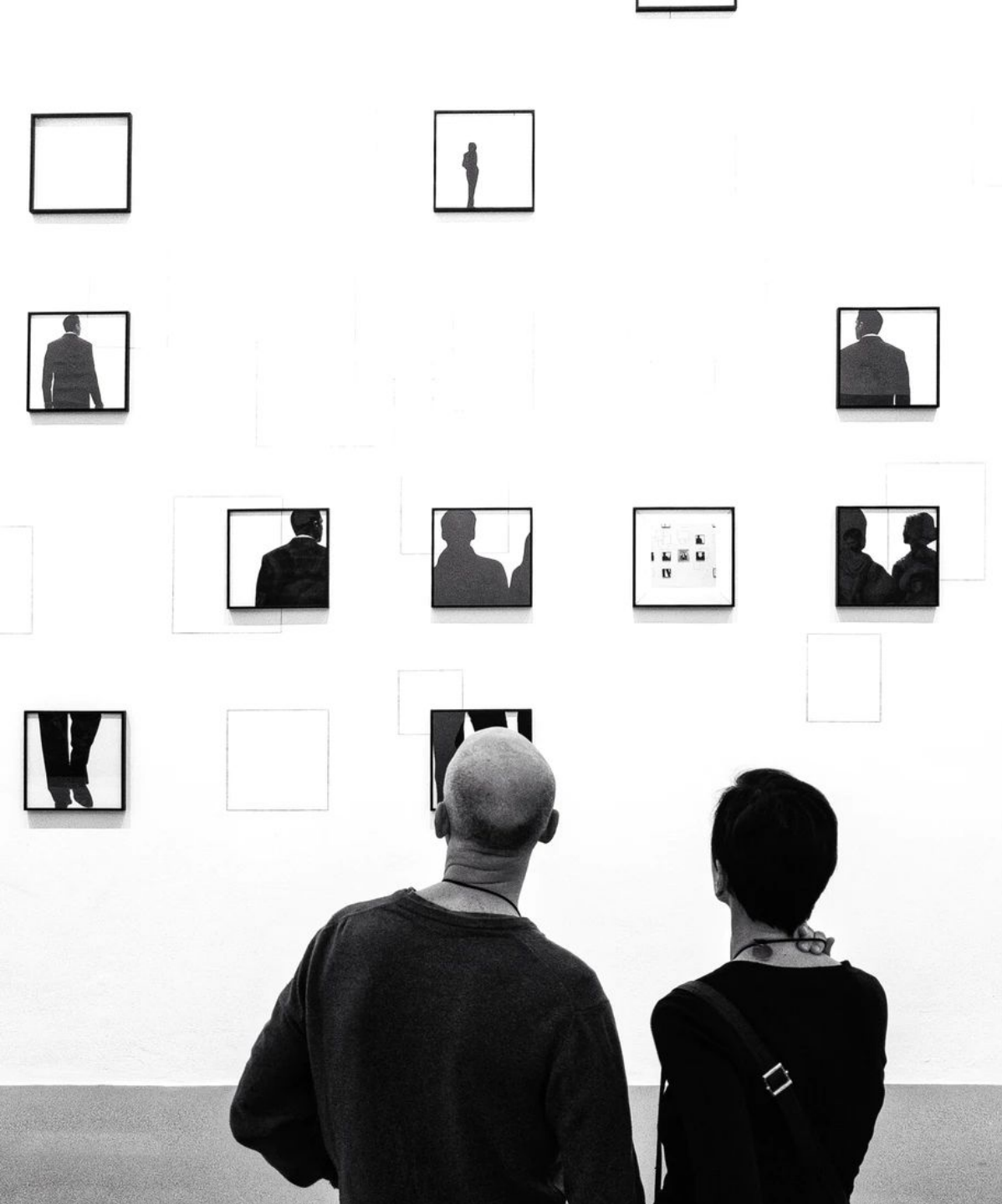
Le test A/B



L'essai



Le formulaire



# Pourquoi faire un essai ?

- Présenter votre offre en situation
- Infos verbales et non verbales
- Observer des comportements
- Mieux comprendre l'utilisateur

# 3 étapes à respecter

1. Définissez l'objectif du test
2. Préparez vos contenus
3. Réalisez votre test



“Je veux être sûr que mes clients comprennent ce que c’est...”

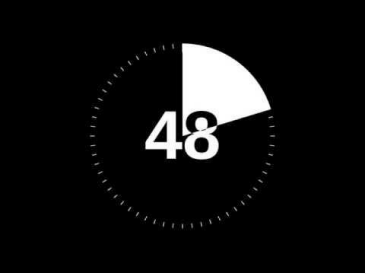
“C’est quoi pour vous ?”

“Vous aimez ? Pourquoi ?”

“Vous achèteriez ? Pourquoi ?”

“Vous changeriez-quoi ?”

babelpeople



# 1 Fixez l'objectif d'enquête

Quelle hypothèse voulez-vous vérifier ?

Est-ce que l'offre donne confiance ?

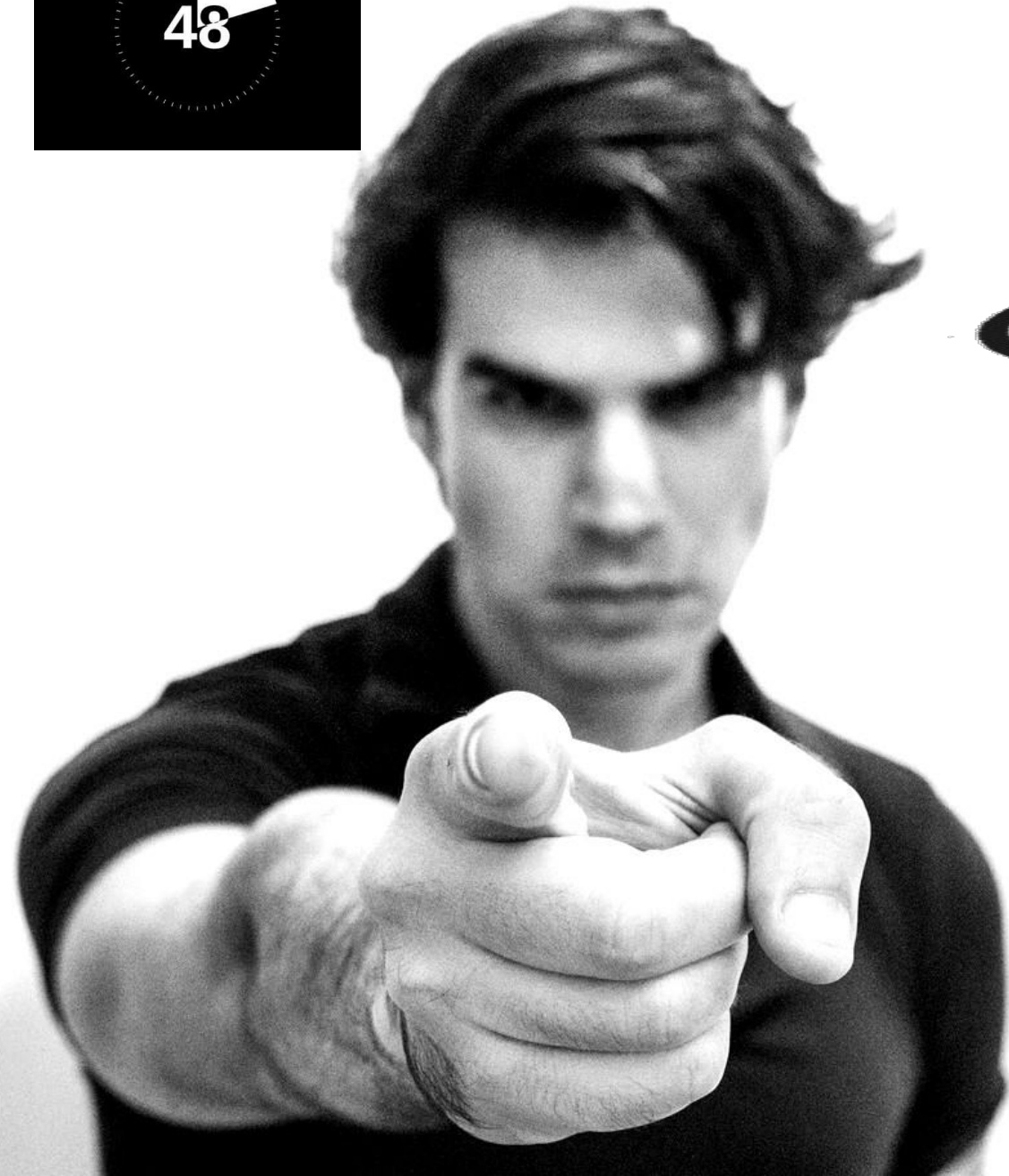
Quelles sont les raisons intérêt / désintérêt ?

Quelle est la cible la plus réceptive

Quelle est la distribution la plus efficace

Quelles est la communication la plus efficace

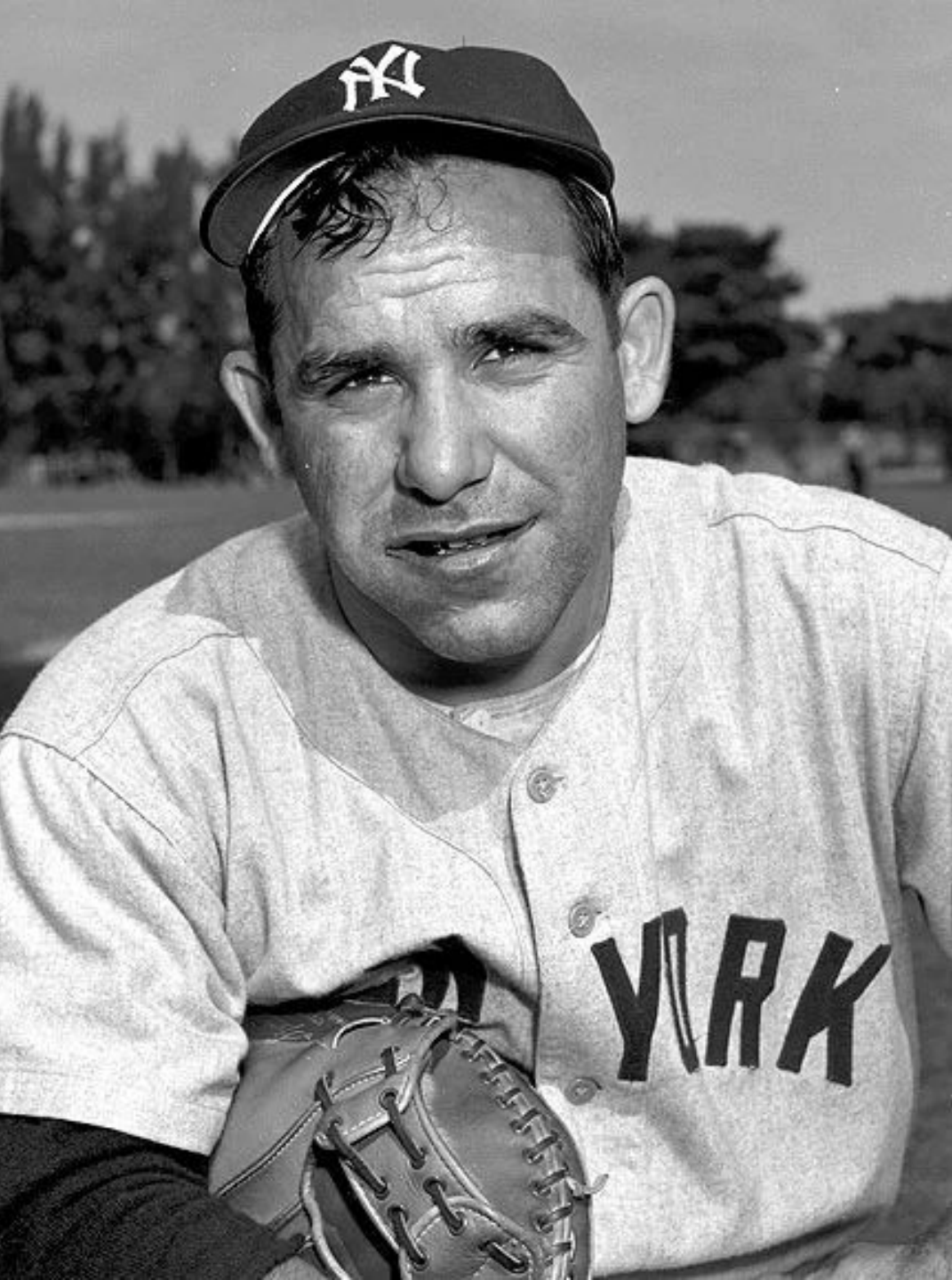
Quels sont les axes à améliorer babelpeople





# 3 étapes à respecter

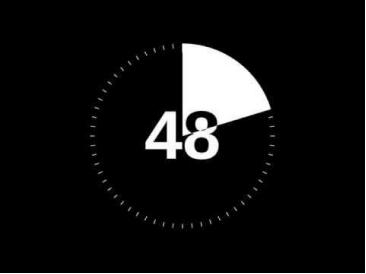
1. Définissez l'objectif du test
2. Préparez vos contenus
3. Réalisez votre test



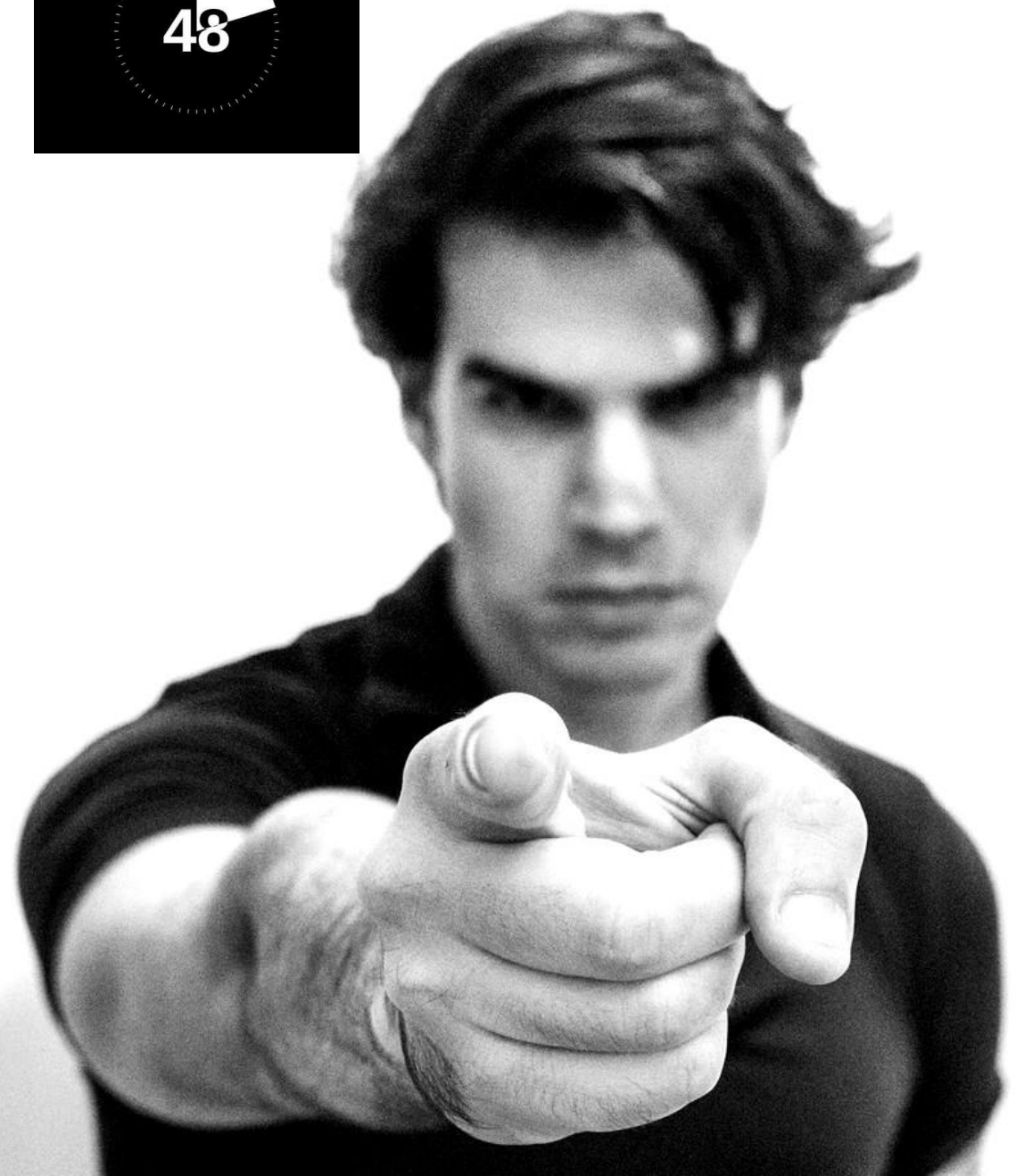
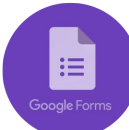
« En théorie, il n'y a pas de différence entre la théorie et la pratique. Mais en pratique, il y en a une. »

Yogi Berra

babelpeople



# 2 Préparez un formulaire



babelpeople

**Tester son concept  
avant, pendant ou après lancement**

**Qu'avez-vous compris ?**

.....

.....

.....

.....

OUI	NON	Cela vous inspire confiance ? Pourquoi ?
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parce que...
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parce que...
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parce que...
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parce que...
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parce que...

OUI	NON	Achèteriez-vous ? Pourquoi ?
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parce que...
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parce que...
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parce que...
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parce que...
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parce que...

**Recommanderiez-vous ?**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

© 2000-2024 BABELPEOPLE Tous droits réservés. Toute reproduction interdite sans l'autorisation de l'auteur.



# 3 étapes à respecter

1. Définissez l'objectif du test
2. Préparez vos contenus
3. Réalisez votre test



Entrepreneur ·

Testeur · euse

e





⊗ Venir sans rien

⊗ Vendre son produit

⊗ Réagir aux réponses

⊙ Schéma, plan, proto.

⊙ Qu'en pensez vous ?

⊙ Écoutez et notez



# 3 Réalisez votre enquête

Présentez votre offre

Posez vos questions

Recueillez les retours

babelpeople  
Tester son concept  
avant, pendant ou après lancement

Qu'avez-vous compris ?


OUI NON Cela vous inspire confiance ? Pourquoi ?

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parce que...
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parce que...
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parce que...
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parce que...


OUI NON Achèteriez-vous ? Pourquoi ?

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parce que...
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parce que...
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parce que...
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parce que...

Recommanderiez-vous ?

<small>1</small>	<small>2</small>	<small>3</small>	<small>4</small>	<small>5</small>	<small>6</small>	<small>7</small>	<small>8</small>	<small>9</small>	<small>10</small>
<small>1</small>	<small>2</small>	<small>3</small>	<small>4</small>	<small>5</small>	<small>6</small>	<small>7</small>	<small>8</small>	<small>9</small>	<small>10</small>
<small>1</small>	<small>2</small>	<small>3</small>	<small>4</small>	<small>5</small>	<small>6</small>	<small>7</small>	<small>8</small>	<small>9</small>	<small>10</small>
<small>1</small>	<small>2</small>	<small>3</small>	<small>4</small>	<small>5</small>	<small>6</small>	<small>7</small>	<small>8</small>	<small>9</small>	<small>10</small>

© 2000-2024 BABELPEOPLE. Tous droits réservés. Toute reproduction interdite sans l'autorisation de l'auteur.



**FOCUS**

Des données, pas des fantômes

Vous n'êtes pas "les français.es"

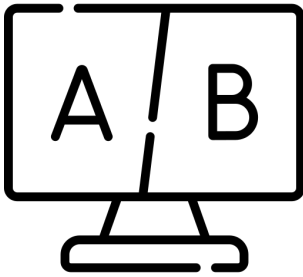
Qu'importe les données, c'est vous qui décidez.



Des questions ?  
Des suggestions ?  
Des commentaires ?



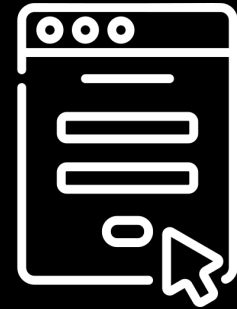
# Faire un test de concept avec 3 outils différents



Le test A/B



L'essai



Le formulaire



# Pourquoi un formulaire ?

- Connaître besoins et attentes
- Se mobiliser autour de chiffres
- Communiquer et créer du lien
- Être plus “customer centric”
- Détecter des opportunités

# 3 étapes à respecter

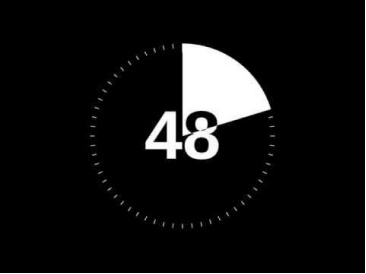
1. Définissez l'objectif du test
2. Préparez vos contenus
3. Réalisez votre test



“Je veux avoir des informations sur l'expérience d'achat de mon client sur mon site e-commerce ”

babelpeople





# 1 Fixez l'objectif du quizz

Évaluer l'expérience utilisateur du site

Service relation client avant/après commande

Mesure la qualité du contenu proposé

Tester de nouvelles fonctionnalités / offres

Collecter des données de recherche

Mesurer la notoriété d'une marque

Évaluer l'efficacité d'une campagne marketing

# 3 étapes à respecter

1. Définissez l'objectif du test
2. Préparez vos contenus
3. Réalisez votre test



⊗ Remettre à plus tard

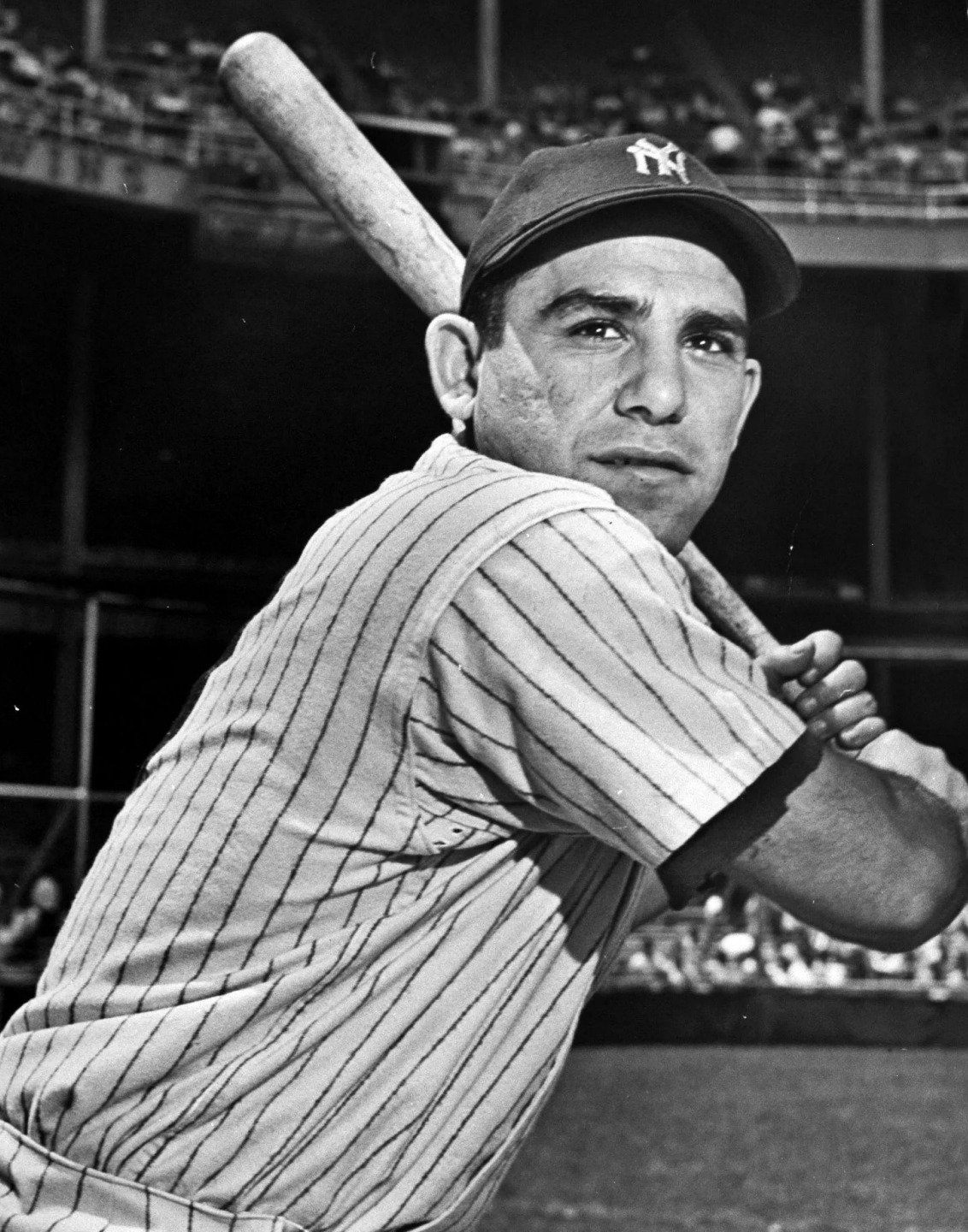
⊗ Trop d'objectifs

⊗ Outil qui vous plaît

⊙ 3 relances en 7 jours

⊙ 3 indicateurs clés max.

⊙ Outil adapté à l'utilisateur.



“Vous pouvez observer  
beaucoup en regardant.”

Yogi Berra

babelpeople



# 3 étapes à respecter

1. Définissez l'objectif du test
2. Préparez vos contenus
3. Réalisez votre test

## HESAM

#1 **Télécharger** le contenu de l'atelier

#2 **Remplir le questionnaire à chaud** pour donner votre avis sur l'atelier du jour

#3 **Laissez-nous votre avis** sur Google

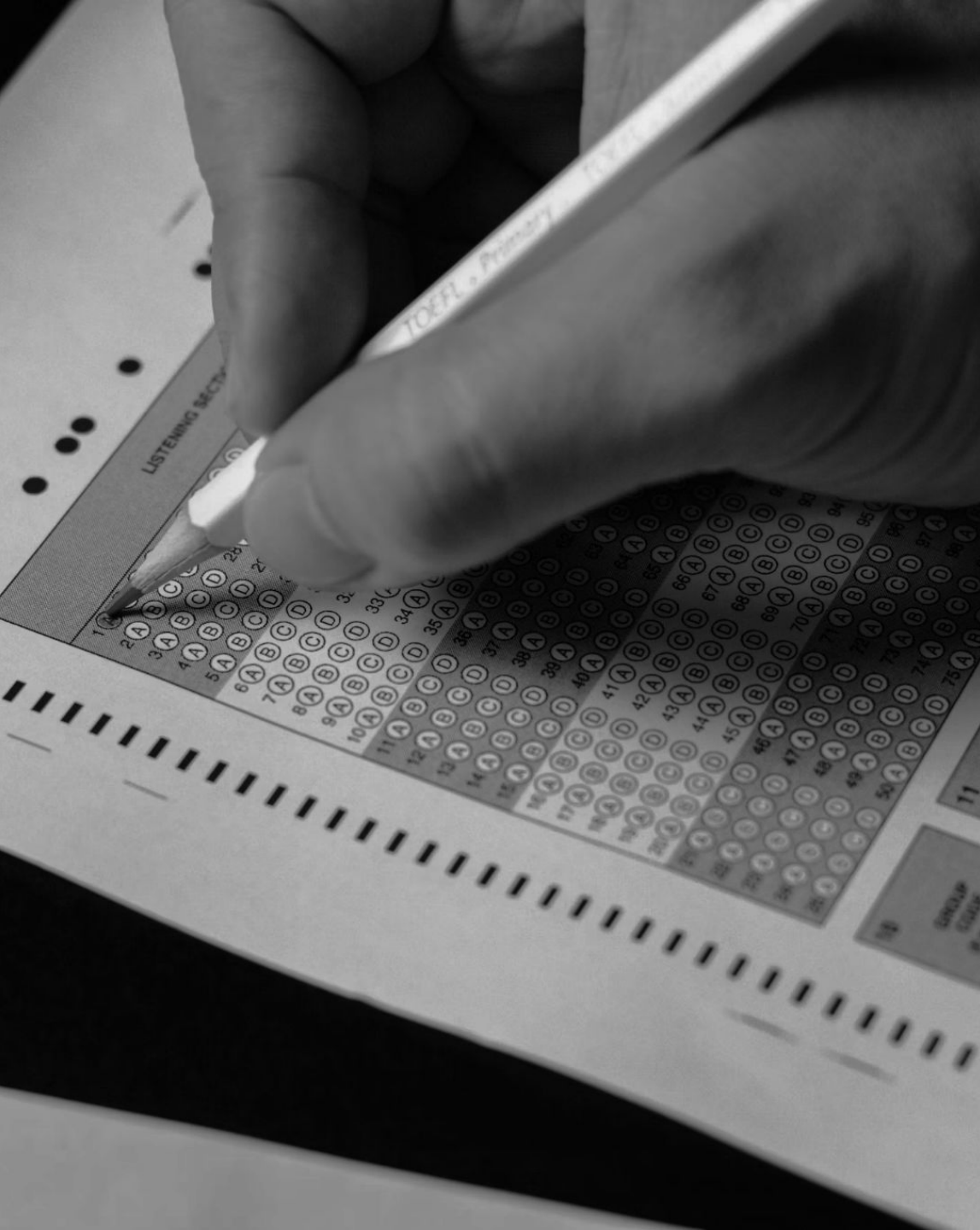
#4 Obtenir nos coordonnées

Nom\*

Prénom\*


<https://babelpeople.com/hesam>

Envoyer



Répondez au formulaire

On en discute après !



**FOCUS**

Une donnée est fait pas une vérité

Soignez la première et la dernière question

Questionnez qui vous pouvez, pas qui vous voulez





C'est pas fini

ça commence

babelpeople

Un test est déclencheur d'actions !



## Les constats et solutions

Marque perçue comme inconnue

→ “Fixe le prix 15 % + bas concurrents”

Des inquiétudes sur la solidité du produit

→ “Je propose une garantie satisfaction”

Produit perçu plus comme un bijou

→ “Je le vends dans un écrin”

babelpeople



# L'atelier en 3 temps

1. Je prépare un visuel produit
  2. Je prépare un pitch produit
- Pause
3. Je teste mon produit

**Questions / réponses**



Des questions ?  
Des suggestions ?  
Des commentaires ?



## HESAM

#1 **Télécharger** le contenu de l'atelier

#2 **Remplir le questionnaire à chaud** pour donner votre avis sur l'atelier du jour

#3 **Laissez-nous votre avis** sur Google

#4 Obtenir nos coordonnées

Nom\*

Prénom\*

<https://babelpeople.com/hesam>

Envoyer



Merci pour votre implication

babelpeople  
until the end, since the beginning