

Comment prouver que votre idée est géniale ?



**La méthode simple pour mesurer votre impact
et convaincre en entreprise.**

Bonjour à tous. Aujourd'hui, on ne va pas vous parler de théorie compliquée. On va vous confier un de nos secrets de pro les mieux gardés : une technique pour transformer vos bonnes idées en succès mesurables. Une compétence qui fera toute la différence dans votre carrière.

Tout commence par une question simple.

Imaginez un instant. Vous voulez savoir combien pèsent les livres que vous venez d'ajouter à votre sac à dos. Quelle est la première chose que vous devez savoir ?



Le poids du sac **avant** de les ajouter ?



Le poids du sac **après** avoir ajouté les livres ?

La réponse est évidente, n'est-ce pas ? Sans le poids de départ, impossible de connaître le poids réel de l'ajout. Vous n'avez que le poids total.

En entreprise, c'est exactement la même logique.

Pour mesurer l'impact réel d'une innovation – que ce soit un nouveau produit, une nouvelle campagne marketing ou une meilleure organisation – il faut absolument connaître la situation de départ.



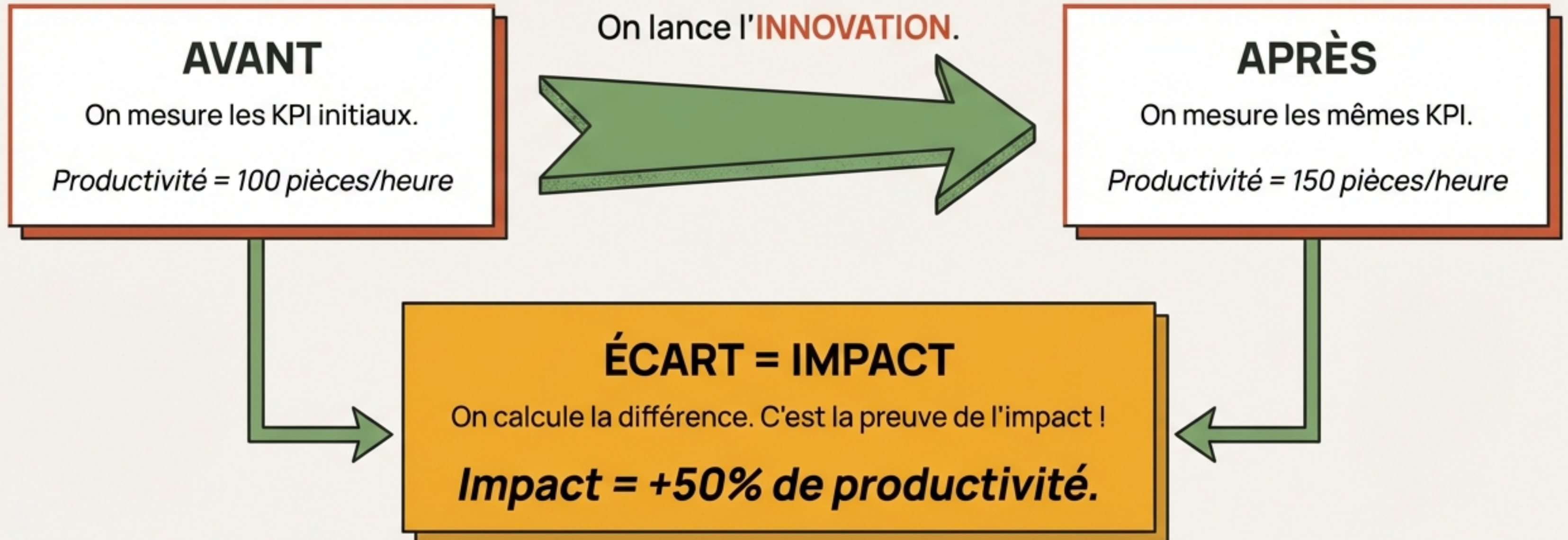
On ne peut pas mesurer un progrès si on ne connaît pas le point de départ.



La méthode "**Avant / Après**" : Votre boussole pour l'innovation.

Cette logique porte un nom dans notre jargon. Ne vous laissez pas impressionner, c'est très simple. On l'appelle la méthode **Avant / Après**, et elle repose sur les **KPI**.

Un **KPI** (Key Performance Indicator, ou Indicateur Clé de Performance), c'est simplement une mesure, un chiffre, qui vous permet de "prendre la température" d'une situation. C'est votre "poids de départ".



Pourquoi cette méthode est un superpouvoir pour votre carrière.



- **Pour votre examen**, c'est une compétence qui montre que vous raisonnez comme un professionnel.



- **En stage ou en alternance**, c'est ce qui vous distinguera. Vous ne serez plus celui qui "exécute des tâches", mais celui qui "pilote des projets et prouve leur valeur".



- **Dans votre premier emploi**, c'est ce qui vous permettra de défendre vos idées avec des faits, pas seulement des opinions.



Savoir mesurer, c'est savoir convaincre.

Assez de théorie. Voyons comment ça marche en vrai.

On va regarder ensemble 3 exemples très différents. Vous allez voir, la logique est toujours la même. L'objectif est que vous puissiez l'appliquer à n'importe quelle situation que vous rencontrerez.



Processus



Marketing



Organisation



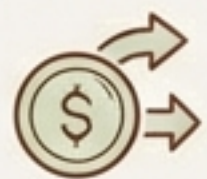
Cas n°1 : Optimiser un processus de production.

Une usine décide d'automatiser une partie de sa chaîne de production pour être plus efficace.

AVANT



Productivité =
100 pièces/heure

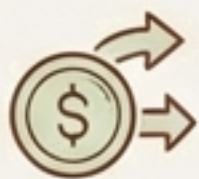


Coût unitaire =
5€/pièce

APRÈS



Productivité =
150 pièces/heure



Coût unitaire =
3€/pièce

IMPACT



+50% de
productivité



-40% de coût
par pièce

L'innovation est un succès prouvé par les chiffres.



Cas n°2 : Lancer une campagne publicitaire en ligne.

Un site de e-commerce investit dans une nouvelle campagne sur les réseaux sociaux.

AVANT



Taux de conversion
du site = **2%**



Coût d'Acquisition
Client (CAC) = **15€**

APRÈS

(après 1 mois de campagne)



Taux de conversion
du site = **2,3%**



Coût d'Acquisition
Client (CAC) = **12€**

IMPACT



+15% sur le taux
de conversion



-20% sur le coût
d'acquisition

La campagne a non seulement attiré plus de clients, mais
elle l'a fait de manière plus rentable.



Cas n°3 : Mettre en place le télétravail.

Une entreprise propose 2 jours de télétravail par semaine à ses équipes.

AVANT



Satisfaction des employés = **6/10**



Taux d'absentéisme = **5%**



Coûts des locaux = **10 000€/mois**

APRÈS *(après 6 mois)*



Satisfaction des employés = **8/10**



Taux d'absentéisme = **3%**



Coûts des locaux = **9 000€/mois**

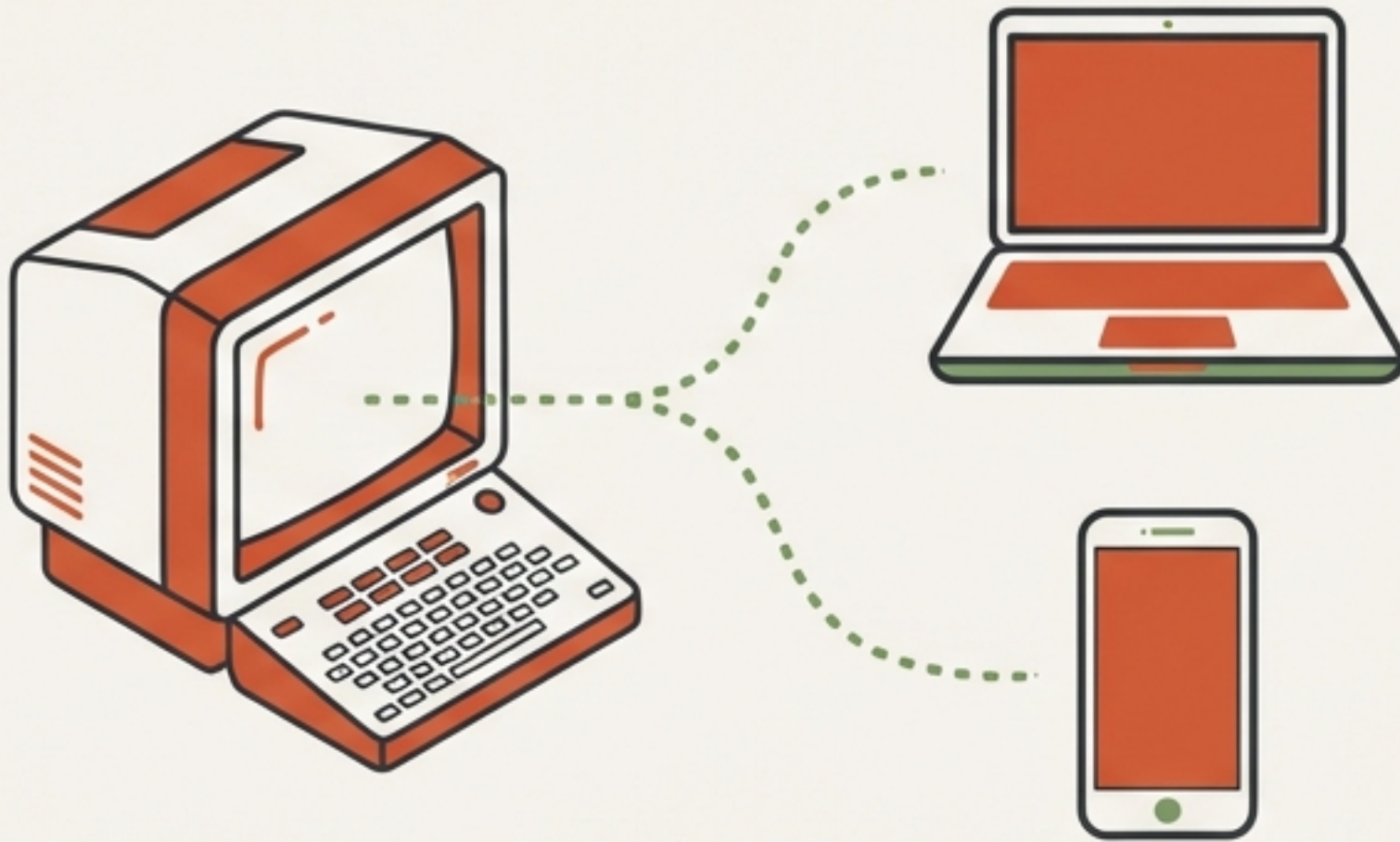
IMPACT



Employés plus engagés, moins d'absences et des économies.

L'innovation a eu un impact positif à la fois humain et financier.

Une logique qui a mesuré des révolutions : l'histoire du Minitel.



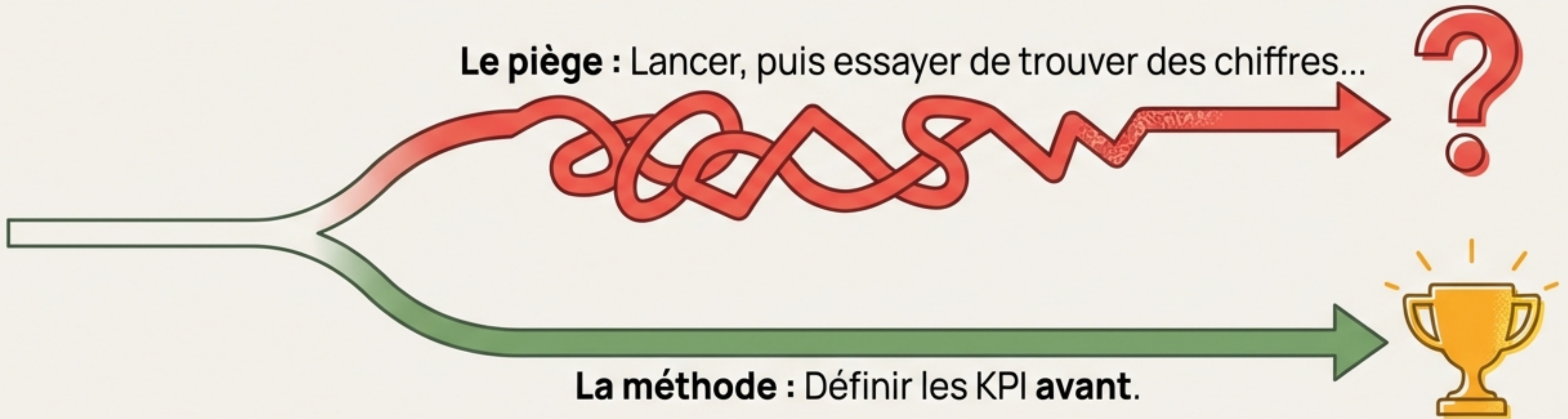
Bien avant Internet, dans les années 80, la France a lancé une innovation incroyable : le Minitel. Pour mesurer son succès, France Télécom n'a pas seulement regardé les ventes. Ils ont suivi des KPI qui n'existaient même pas avant !

 KPI clés : Taux d'adoption (nombre de terminaux installés), temps de connexion moyen, nombre de services utilisés.

Leçon : L'analyse de ces chiffres 'après' a permis de comprendre l'énorme impact du Minitel sur les habitudes des Français, prouvant que c'était bien plus qu'un simple gadget.

L'erreur N°1 que vous n'allez plus jamais commettre.

Sans les KPI définis **avant**, vous n'avez aucune référence.
C'est impossible de calculer un écart objectif.



C'est exactement comme peser le sac uniquement quand il est plein. Vous connaissez le poids final, mais vous ne saurez jamais ce que votre ajout a réellement apporté !



Votre boîte à outils pour mesurer l'impact.

1



IDENTIFIER

Quel est l'objectif ? Quels sont les 2 ou 3 KPI les plus pertinents pour le mesurer ?

4



MESURER (APRÈS)

Collecter les données sur les mêmes KPI après une période définie.

2



MESURER (AVANT)

Collecter les données de départ. C'est votre photo de la situation initiale.

4



IMPACT

Collecter les données sur les mêmes KPI après une période de votre impact.

3



AGIR

Déployer votre projet, votre innovation.

5

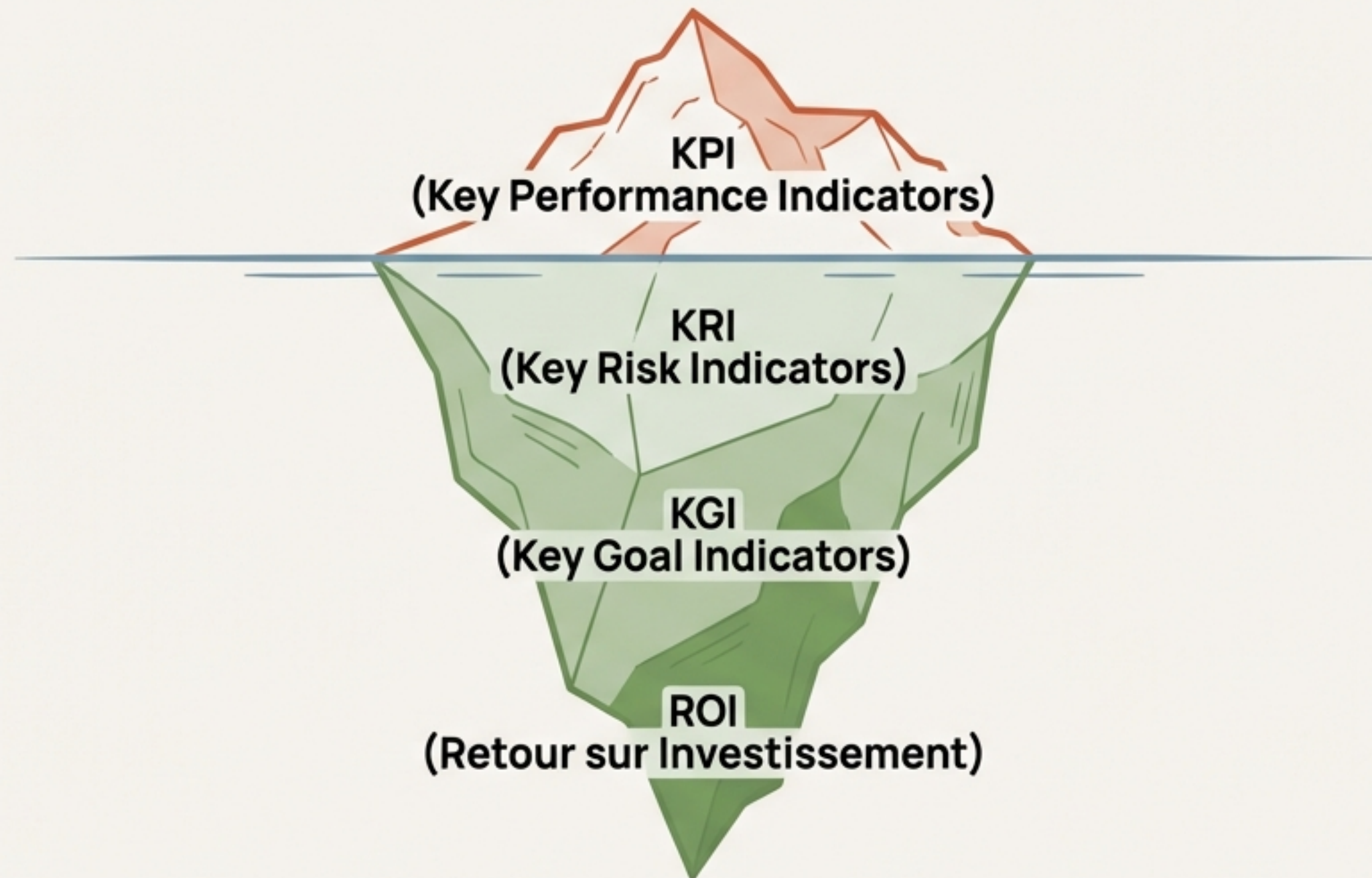


ANALYSER

Calculer l'**écart**. C'est votre histoire, la preuve de votre impact.

Pour ceux qui veulent déjà prendre un coup d'avance...

La méthode Avant/Après est votre fondation. Sachez qu'il existe tout un univers d'indicateurs pour piloter encore plus finement. Juste pour votre culture :

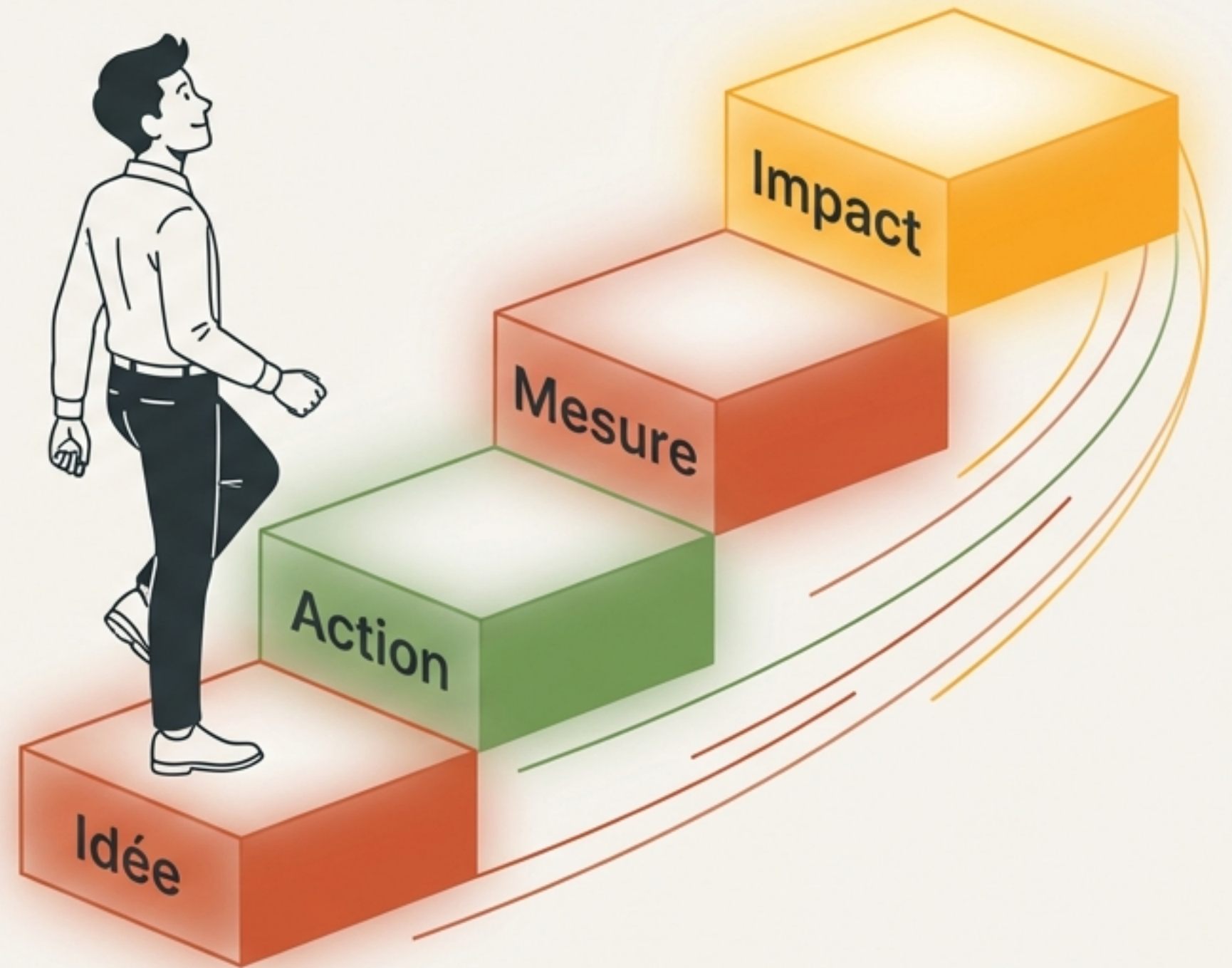


Pas de panique, vous verrez ça plus tard. Mais maintenant, vous savez que ça existe et à quoi ça sert.

Ce n'est pas juste une méthode, c'est un nouvel état d'esprit.

En maîtrisant cette approche, vous avez acquis quelque chose de fondamental. Vous ne savez pas seulement 'faire' des choses. Vous savez 'prouver' leur valeur.

Et en entreprise, celui qui sait prouver est celui qu'on écoute, qu'on suit, et à qui on confie des responsabilités.



À vous de jouer.

Utilisez cette compétence dès maintenant. Pour vos projets d'études, pour votre rapport de stage, pour préparer vos entretiens. Montrez que vous pensez déjà comme un professionnel qui a de l'impact.

On a été ravis de partager ce moment avec vous. Bravo pour votre attention et votre travail.
On a hâte de voir tout ce que vous allez accomplir. Votre carrière commence maintenant !