

Do you speak start-up ?

L'univers des starts-up est une boule d'énergie qui n'attend personne pour se déployer, comme son jargon bourré d'anglicismes souvent osés, alors mieux vaut s'accrocher si l'on ne veut pas tomber dans le FOMO (fear of missing out = peur de rater le coche)

- Hey, alors ça tracte en ce moment ?
- Ouais on a engagé un growth-hacker qui a pas mal broadé le scope
- Cool, et pour le B.A. , t'es confiant ?
- On a de bons feedbacks, on devrait closer le deal dans la semaine, et toi ça lève ?
- Ça lève doucement, bon j'te laisse il faut que j'aille bosser sur le pitch.
- Ça roule, on se voit au meet-up !

Inspirés par la réussite du GAFa (le quatuor Google – Apple – Facebook – Amazon), des milliers de jeunes se lancent chaque jour à la chasse au concept génial qui va bouleverser le marché et faire d'eux des innovateurs riches et reconnus. Mais si les idées révolutionnaires et les riches financeurs ne sont pas forcément au rendez-vous, la créativité des startupeurs trouve toujours le moyen de s'exprimer. Voici un petit condensé ce que l'on peut trouver dans la jungle des nouvelles technologies :

Le CEO ou CTO

(Chief of executive officer, Chief technology officer) Il s'agit du ou des fondateurs d'une start-up. Ils ont créé l'idée à la base du projet et se doivent d'être les maîtres du pitch pour la faire passer au plus grand nombre.

Le pitch

Courte présentation du produit créé par la start-up, inspirée par le modèle américain du story-telling (captiver l'audience avec une histoire, une anecdote).

La levée de fonds

La base de lancement pour la majorité des start-ups : il s'agit de trouver les meilleurs financements en un temps record, via le **crowd-funding** (financement participatif) ou les **B.A.** (Business Angel : ange gardien au portefeuille bien garni).

Lean start-up

Méthode de lancement de start-up développée par Eric Ries dans son livre du même nom. Lean veut dire « dégraissé », c'est-à-dire une approche épurée, basée uniquement sur des connaissances testées et approuvées par les entrepreneurs.

La traction

En clair, la dynamique de l'entreprise. Le produit se vend-il ? La communication est-elle efficace ? Le financement est-il au rendez-vous ? Si la start-up avance, ça tracte.

Disrupter

L'objectif par excellence de toute start-up. Il s'agit de trouver le concept qui va bouleverser les codes établis dans un domaine particulier, pour redistribuer les cartes, à l'avantage des nouveaux venus.

Pivoter

On pivote lorsque la traction n'est pas assez forte, lorsque le process n'est pas assez disruptif. En bref, la start-up ne décolle pas, il faut donc changer de stratégie.

Les Feed-backs

ce sont ni plus ni moins les retours que provoquent les activités de la start-ups : le nombre de vente, de vue sur les réseaux sociaux, les commentaires des financeurs, des partenaires...s'ils sont positifs, ça tracte, si non, il va peut-être falloir penser à pivoter, ou growth-hacker.

Hacker

Ici le terme a une connotation positive, il signifie améliorer, craquer, débrider. Concrètement, utiliser tous les moyens à disposition pour passer à un autre niveau. Cela peut être dans un domaine précis, par exemple on dit que l'on va hacker la communication, ou bien de manière générale, on parle alors de

Growth Hacking

Hacker la croissance

Serial entrepreneur

Entrepreneur créateur de plusieurs start-up à la suite, qu'il revend ou fusionne.

Les early-adopters

Désigne les accros à un domaine des nouvelles technologies qui achètent systématiquement les dernières innovations. Ils constituent le noyau dur des consommateurs sur lequel les start-ups s'appuient.

Scalable/scalabilité

« scalable » signifie « évolutif » en anglais. La scalabilité est la capacité d'une start-up à prendre de l'ampleur, à s'adapter au succès.

Broader le scope

Comprendre « élargir la portée » de l'entreprise.

Fisher les prospects

Dans la Silicon Valley, on ne part pas à la pêche aux prospects, on les « fish ».

Closer un deal

Signer un contrat, ni plus, ni moins.

Incentiver

Inspiré de « incentive », « motivation » en anglais. Incentiver, c'est créer de l'émulation autour du produit lancé par la start-up.

Rédigé par Lucas BOYADJIS