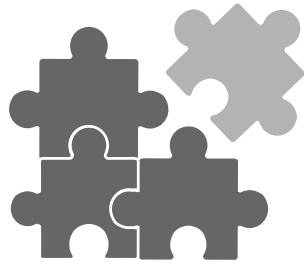


## **MVP – Service ou produit minimum viable (*minimal viable product*)**

Dans l'industrie du capital de risque et de l'innovation, le terme MVP désigne un produit ou service épuré, mais comprenant un minimum de fonctionnalités fondamentales. Son état est suffisamment mature pour qu'il soit lancé sur le marché et utilisé par des clients. La terminologie MVP concerne le secteur des technologies. La notion de MVP n'existe pas dans les sciences de la santé.



Proposer un MVP, c'est aussi l'art de lancer un produit ou service imparfait immédiatement tout en se disant qu'il est préférable qu'il soit sur le marché, même si on doit y apporter des améliorations plus tard, que de risquer de se faire devancer par la concurrence.

Le MVP est la concrétisation à sa plus simple expression du concept novateur d'un produit ou service. Le MVP est généralement fabriqué lors des premiers mois de constitution de la start-up. Le terme MVP provient du livre *The Lean Startup*, publié par Eric Ries en 2011. Un MVP permet à la start-up de lancer rapidement un produit ou service issu d'un concept novateur (idée géniale) afin qu'il puisse être testé sur le marché par de vrais clients.

### **Bénéfices du MVP**

Le principal avantage du MVP est qu'il fait gagner beaucoup de temps, car l'entrepreneur obtiendra rapidement l'opinion d'un éventail de clients. Le MVP permet d'arriver plus vite que des concurrents potentiels sur un marché et limite les risques financiers en cas d'échec de l'adoption du produit ou service par les clients.

Pour atteindre les objectifs souhaités, le MVP nécessite, dès la conception, l'implication de clients, des consultations et des séances de *brainstorm* desquelles ressortiront différents points de vue externes. Concentre-toi d'abord sur les besoins communs à l'ensemble des clients, sinon tu risques de te retrouver avec une longue liste de désirs qui ne sont pas nécessairement pertinents. Un autre objectif du MVP, c'est de maintenir l'implication soutenue de plusieurs clients, de la conception jusqu'à livraison d'un produit ou service imparfait, mais fonctionnel dès son lancement.

### **Tester un marché plus large avec son MVP**

Si les clients sont satisfaits après l'utilisation du MVP, c'est un bon signe, car cela confirme qu'il résout un problème. On peut également évaluer le prix que les clients sont prêts à payer pour se procurer le produit ou le service innovant. Tu ne devrais pas proposer un MVP gratuitement à un client. Si un futur client ne veut pas payer, cela indique en fait qu'il ne reconnaît pas la valeur de tes efforts et de ta solution.

La bonne réponse du marché est également le signal attendu par la start-up pour continuer à investir davantage d'argent afin d'améliorer le produit, d'ajouter des fonctions pour proposer une version 2.0, comprenant les caractéristiques qui avaient été planifiées lors de l'idéation originale.

Par contre, si le produit ou le service ne soulève pas suffisamment l'intérêt, l'enthousiasme et la passion des clients, tu dois alors te poser des questions sur la pertinence de ton innovation.

**Dans une telle situation, faut-il investir davantage pour améliorer encore le produit, changer d'approche pour apporter de la valeur aux clients ou abandonner l'idée et passer à autre chose ?**

### **Combien d'argent faut-il pour fabriquer un premier MVP ?**

Dans les secteurs de la technologie et des logiciels, la fabrication d'un MVP ne nécessite habituellement pas un grand investissement de la part de la start-up. Le financement traditionnel, les aides et incitatifs des gouvernements et des incubateurs peuvent suffire à développer un premier MVP afin de tester le marché.

Cependant, pour les innovations issues d'avancements scientifiques, de recherches avancées en technologie et de la recherche fondamentale, la fabrication d'un MVP peut s'avérer très coûteuse et nécessite généralement un financement particulier. Dans ces domaines, elle pourrait être de l'ordre de quelques centaines de milliers de dollars à plusieurs millions.