

De l'idée à la réalité...

Définir votre projet

Pour commencer, il faut que vous ayez vraiment envie de réaliser votre idée. Ensuite, il faut qu'elle corresponde à quelque chose que vous savez bien faire.

Enfin, elle doit répondre à un besoin.

Il est important de comprendre la motivation d'une idée car elle déterminera la manière dont le projet va évoluer, ce qui aidera à esquisser le « concept commercial » et à identifier les partenaires possibles. Pour les entrepreneurs culturels, il est souvent plus facile d'avoir une idée que de la mettre en application. En pratique, l'exploration des possibilités d'entreprendre concerne toutes les étapes de la création d'entreprise, y compris l'élaboration et l'application d'un *business plan*.

Mettez votre idée à l'épreuve ! Parlez-en avec vos proches, inventez un *business model*, évaluez le marché.

Déterminer votre approche commerciale

Le concept d'activité (le « business concept ») fait le lien entre l'idée et le *business plan*. Pour cela, vous devez répondre aux questions : quoi ? où ? comment ? pour qui ? avec qui ?

- Que proposez-vous ? Comment avez-vous l'intention de faire connaître votre idée ? En quoi votre projet est-il unique en son genre ?
- Où allez-vous le réaliser ?
- Comment va-t-il fonctionner ?
- Pour qui est-il fait, quel est son public ? Comment allez-vous toucher ce public ?
- Avec qui allez-vous travailler, qui sont vos partenaires ?
- Quelles sont les étapes pour y parvenir ? Quelle est votre mise de fonds initiale ?

En ventilant votre projet suivant ses différentes composantes, vous pourrez plus facilement évaluer les difficultés et les pièges possibles. Un entrepreneur artistique doit être capable de décrire clairement l'essentiel des résultats artistiques et culturels souhaités, en deux ou trois phrases.