

ELYTRIA · PROJECT

Plan d'action opérationnel

Livrable porteur · Démarche Elytria Project

Projet

Learning Loop

Porteuse

Inès Lefèvre

Localisation

Floirac · Bordeaux Métropole (Gironde, Nouvelle-Aquitaine, France)

Accompagnement

Incubateur Bordeaux Métropole — Nathan Jean

Langue

français

Articulation confirmée

Boucle Courte → Boucle Juste → Boucle Ouverte (Trajectoire A)

Phase détaillée ici

Boucle Juste — Recalibrage (« le projet »)



Ce plan détaille la **Boucle Juste** — le recalibrage de ta plateforme autour de la preuve d'impact, « le projet » que tu confirmes. L'**articulation Boucle Courte** → **Boucle Juste** → **Boucle Ouverte** est présentée en fin de document par ses grands jalons, comme horizon. La validation payante propre à la Boucle Courte n'est pas perdue : elle est intégrée à la validation terrain de cette phase (re-présenter une offre-résultat à prix affiché). Aucune porte n'est fermée vers les autres boucles.

Point de départ

Ce qui existe et reste. Tu portes Learning Loop depuis six mois, incubée depuis trois. Ta plateforme (MVP opérationnel) existe déjà, avec une donnée d'adoption longitudinale et une méthodologie construite sur des années. Tu as Qualiopi, un réseau qualifié de DRH et de responsables formation, des démonstrations déjà menées et 1-2 clients tests. Rien de tout cela n'est jeté : la plateforme reste le socle, et la donnée, le réseau et la méthode sont mobilisés tels quels.

Ce qui change. Avec la Boucle Juste, tu gardes la plateforme mais tu déplaces son centre de gravité : de « plateforme de formation / LMS » vers « outil de mesure de l'adoption et de preuve d'impact ». Tu réécrits ta proposition de valeur, tu refonds tes démonstrations autour de la donnée et des indicateurs, et tu re-présentes à tes contacts chauds une offre-résultat claire et à prix affiché. Les ajustements produits restent légers et bornés à ton budget — pas de refonte technique.

Ce que ton historique dit au plan. Le point de friction que tu as toi-même nommé — « l'intérêt ne se transforme pas en engagement » — est ici attaqué de face : cette phase sert précisément à trancher si le blocage est dans le produit, le positionnement ou la présentation de la valeur. Ton regret « j'ai accordé plus d'attention au produit qu'à la validation marché » devient un garde-fou structurant : tu valides en re-présentant, pas en re-développant.

Ton ressenti, intégré tel quel. Décentrer la plateforme a un coût — ta SASU, ta relation prestataire et des mois de travail sont organisés autour d'elle, et ta première réaction serait « de la déception ». Ce coût est réel et ne doit pas être minimisé : c'est pourquoi le plan ne supprime pas la plateforme, il en change le sens. Tu abordes ce choix avec une ambivalence assumée — c'est exactement ce que cette phase vient lever, par un signal concret.

Place dans l'articulation. La Boucle Juste est la phase centrale — « le projet ». Elle s'inscrit dans l'articulation **Boucle Courte** → **Boucle Juste** → **Boucle Ouverte** : la Boucle Courte (un diagnostic payant rapide) en amont, la Boucle Ouverte (une voix experte reconnue) en aval. Comme tu démarres directement sur le recalibrage, l'esprit de la Boucle Courte — le signal payant rapide — est intégré ici via la re-présentation d'une offre-résultat à prix affiché. L'articulation complète est esquissée en grands jalons en fin de plan.

Spécifications opérationnelles

Client cible et bénéficiaire

- **Cible prioritaire** : les PME et ETI qui ont déjà manifesté de l'intérêt en démonstration et chez qui la donnée d'adoption a résonné. Ce sont elles que tu re-présentes en premier — la friction d'entrée y est la plus faible.
- **Décideur type** : responsable formation, responsable développement des compétences ou DRH, 35–55 ans, avec un budget formation engagé et la responsabilité d'en prouver l'effet.
- **Problématique** : passer de « on forme » à « on sait ce que la formation a changé » — sans changer d'outil de diffusion.

- **Zone** : Nouvelle-Aquitaine pour les démonstrations en présentiel, puis national à distance dès les premières références.
- **Canaux** : tes contacts de démonstration (canal le plus court), ta présence LinkedIn active, l'incubateur et les réseaux RH (ANDRH Aquitaine).

***Bénéficiaires déjà existants (spécifique Project).** Tes prospects venus en démonstration et tes 1-2 clients tests sont la cible n°1 de la re-présentation : ils connaissent déjà la plateforme, tu reviens vers eux avec un message recalibré et une offre-résultat à prix affiché. Distingue-les des cibles froides, que tu n'aborderas qu'une fois le repositionnement rodé.*

Offre concrète

Le cœur de l'offre. La plateforme repositionnée comme couche de preuve d'impact, accompagnée d'une offre-résultat : instrumenter un dispositif de formation récent et livrer la mesure de son adoption en quelques semaines, à prix affiché. La diffusion de contenu devient secondaire ; la mesure de l'adoption devient le cœur de ce que tu proposes.

Les livrables. (1) une proposition de valeur réécrite (« preuve d'impact », non plus « plateforme de formation ») ; (2) une démonstration-type refondue autour de la donnée et des indicateurs ; (3) une offre-résultat à prix affiché ; (4) pour chaque mission vendue, un rapport de mesure d'adoption (ce qui a changé, où l'adoption tient/décroche, recommandations).

Le format. Repositionnement = travail de message et d'usage, pas de refonte technique. Re-présentation en présentiel (Nouvelle-Aquitaine) ou distanciel ; mission de mesure d'adoption livrée en quelques semaines.

***Ce qui change dans l'offre (spécifique Project).** Tu retires le discours « plateforme de formation / LMS » et la promesse centrée sur la diffusion de contenus. Tu pivotes proposition de valeur, démonstrations et messages vers la mesure de l'adoption et la preuve d'impact. Tu ajoutes une offre-résultat à prix affiché. La plateforme, elle, reste — comme socle, pas comme argument.*

Modèle économique opérationnel

Structure. Une offre-résultat forfaitaire à l'entrée — c'est elle qui teste réellement le prix — avec, en cible, une part récurrente liée à l'usage de la plateforme. Proposition de départ à confirmer après tes premières missions :

Brique	Contenu	Modèle	Prix affiché (indicatif)
Mission « preuve d'impact »	instrumenter un dispositif récent + livrer la mesure d'adoption	forfait d'entrée	3 500 – 4 500 € HT
Version resserrée	périmètre réduit, sans entretiens lourds	forfait	1 800 – 2 500 € HT
Usage plateforme (cible)	suivi d'adoption dans la durée	récurrent	<i>à valider plus tard</i>

***Le test de cette phase, c'est la conversion — pas la récurrence.** La question n'est pas « combien d'abonnements ? » mais « l'intérêt se transforme-t-il enfin en engagement payant ? ». Garde un prix affiché net : ne dilue pas l'offre dans du « co-design » gratuit sur-mesure, sinon tu ne mesures plus rien. La part récurrente ne se développe qu'une fois la conversion validée.*

Revenus existants (spécifique Project). Tes prestations de formation et accompagnements actuels continuent de tourner et financent la fenêtre. Les ajustements produits sont plafonnés à ton budget (≈ 2 000–5 000 € sur 6 mois) ; toute évolution exigeant un développement lourd sort de cette voie.

Innovation et différenciation

- **Nouvel angle** : transformer ton LMS en « moteur de preuve » — ce n'est plus le contenu qui est le produit, mais la capacité à montrer, données à l'appui, ce qui a réellement été adopté. Repositionnement de message et d'usage, pas refonte technique.
- **Positionnement** : non pas un LMS de plus face aux acteurs établis (360Learning, Rise Up, Didask, Cornerstone, Docebo, Moodle), mais la couche de preuve d'impact qu'ils négligent. Tu occupes l'angle qu'ils laissent ouvert, au lieu de les affronter sur la diffusion.
- **Avantage difficile à répliquer** : ta donnée longitudinale d'adoption + ton expertise métier, qui en fait une lecture et pas seulement un graphique.

***Crédibilité déjà construite (spécifique Project).** Un MVP opérationnel, une donnée déjà produite, Qualiopi, des démonstrations déjà menées (matière directement recyclable) et un réseau qualifié. Tu ne reconstruis rien : tu re-présentes. Documenter une première conversion réussie deviendra la preuve que le repositionnement fonctionne.*

Contenus techniques

Un travail de message et d'usage. Le repositionnement consiste à recycler la matière de tes démonstrations passées autour de la donnée : tu refonds une démonstration-type pour qu'elle montre des indicateurs d'adoption (et non du contenu), et tu écris un argumentaire court orienté preuve d'impact. L'apprentissage central — « l'intérêt se cristallise sur les indicateurs et les données » — devient le fil directeur.

La mission, en clair. Pour chaque dispositif instrumenté : une grille de 5 à 8 comportements observables attendus, la mesure du niveau d'adoption réel (données du MVP + court questionnaire + quelques entretiens), les points de décrochage et leurs causes, puis un rapport. C'est ta méthodologie existante, rendue vendable comme résultat.

Scripts et gabarits fournis dans la Boîte à outils : proposition de valeur réécrite, script de représentation + objections, démonstration-type, gabarit de rapport, périmètre prestataire borné.

***Retours d'expérience comme matière (spécifique Project).** Tes démonstrations passées et tes clients tests sont ta matière première : recycle-les autour de la donnée pour la démonstration-type, et transforme ta première mission payante en cas documenté — la preuve concrète que le repositionnement convertit.*

Points d'attention retenus

Voici comment les points d'attention propres à la Boucle Juste, tes conditions et ton ressenti sont traités concrètement dans le plan d'exécution.

Point d'attention	Traitement dans le plan
Le « co-design » sur-mesure peut neutraliser le test de prix.	Prix affiché net dès l'offre-résultat ; aucune dilution dans du gratuit personnalisé (Phase 1, J3).
Dépendance au prestataire pour les ajustements.	Périmètre de développement strictement cadré et plafonné au budget, liste fermée ; toute évolution lourde sort de la voie (Phase 0 + J4).
Budget partiellement disponible.	Ajustements légers uniquement ; on valide en re-présentant, pas en re-développant.
Profil sur-analytique : re-cartographier les démos sans vendre.	Un « ask payant » comme point de sortie clair dès la 1 ^{re} semaine (J5) ; point de validation rapproché.

Point d'attention	Traitement dans le plan
Coût émotionnel de décentrer la plateforme (« déception »).	La plateforme n'est pas supprimée mais resignifiée ; ce qui reste (socle, donnée, réseau) est explicitement préservé.
Transitions de l'articulation à garder en vue.	Courte → Juste : ne réinvestir dans le produit que ce que le signal de vente a validé. Juste → Ouverte : parler sur du vécu, pas sur une intention.

Ce que tu gardes / ce que tu lâches (spécifique Project). Tu lâches le discours « plateforme de formation / LMS » et la promesse centrée sur la diffusion de contenus. Tu gardes la plateforme comme socle, la donnée, le réseau, Qualiopi et le cœur du projet (comprendre ce qui change réellement). Ces « lâcher / garder » sont posés dès la Phase 0.

Ressources opérationnelles vérifiées

***Principe Project** : on réactive d'abord l'existant. Tu réutilises ton MVP et sa donnée, ta méthodologie, ta présence LinkedIn, ton réseau, Qualiopi, ton prestataire (pour des ajustements légers et cadrés), Canva, M365 et Notion. Presque rien à acquérir.*

Outils gratuits (déjà à ta main)

- **Canva** (tu l'as déjà) — refonte de la démonstration-type autour des indicateurs + one-pager d'offre-résultat. Alternative : PowerPoint M365.
- **Microsoft Forms** (inclus dans M365) — court questionnaire d'adoption pour les missions. → forms.office.com. Alternative hébergée en France : Framaforms (framaforms.org) ou Tally (tally.so).
- **Notion** (tu l'as déjà) — CRM des contacts de démonstration + pipeline de re-présentation (contact · réaction · prix proposé · statut). Alternative : Excel.

Modèles professionnels (sources institutionnelles)

- **BPI France Création** — modèles de devis, CGV et mentions légales de prestation. → bpi-france-creation.fr, à adapter à ta SASU.
- **CCI Bordeaux Gironde** — appui juridique/commercial et mise en réseau. → bordeauxgironde.cci.fr.

Bases de prospects et retours pairs (accès gratuit)

- **Tes contacts de démonstration + ton réseau** (LinkedIn + Notion) — la cible prioritaire et gratuite de la re-présentation.
- **ANDRH groupe Aquitaine** — réseau de DRH/RH de Gironde / Nouvelle-Aquitaine. → andrh.fr/groupe-andrh/aquitaine.
- **French Tech Bordeaux** — retours pairs d'autres fondateurs SaaS B2B sur ton repositionnement + annuaire. → frenchtechbordeaux.com · annuaire.frenchtechbordeaux.com · RDV gratuits : rdv.frenchtechbordeaux.com.

Contacts locaux (coordonnées vérifiées — juin 2026)

- **Incubateur Bordeaux Métropole — Nathan Jean** (ton accompagnateur) : retours sur le repositionnement, terrains de test, mises en relation. Canal le plus direct.
- **Les Premières Nouvelle-Aquitaine** — Darwin, 87 quai de Queyries, 33100 Bordeaux — 05 56 86 69 21 — lespremieresna.com — réseau d'entrepreneures, mises en relation, visibilité.

- **CCI Bordeaux Gironde** — bordeauxgironde.cci.fr — appui prestation et réseau d'entreprises.

Contexte marché et réglementaire (France, 2026) — argument porteur. Le marché de l'e-learning français (≈ 4,2 Md€, +8 à 10 %/an) bascule de l'adoption des outils vers la mesure de leur effet : 87 % des organisations ont intégré l'e-learning, le « time-to-skill » s'impose en comité de direction, et la réforme Qualiopi 2026 (effectivité réelle, visites de confirmation COFRAC depuis le 1^{er} janvier 2026) fait de la preuve d'impact un enjeu de conformité. Le budget de France Compétences ramené autour de 12 Md€ durcit les arbitrages et valorise la justification de l'impact. À recouper avec ton accompagnateur avant usage en clientèle.

Plan d'exécution adaptatif

Granularité (relecture détaillée : Boucle Juste — Recalibrage) : 1 semaine détaillée jour par jour, puis 7 semaines en rythme hebdomadaire. Focus : ajustement progressif et validation terrain.

Phase 0 — Transition (obligatoire)

Pour un Recalibrage, cette phase est obligatoire : elle pose ce qui se retire et ce qui se préserve avant de démarrer.

- Retirer le discours « plateforme de formation / LMS » de tes supports (site, LinkedIn, pitch) et préparer la bascule de message vers « preuve d'impact ».
- Cadrer avec ton prestataire le périmètre des ajustements légers : liste fermée, plafond budget, aucun développement lourd.
- Centraliser dans Notion : la matière des démonstrations passées, la donnée d'adoption déjà produite, et la liste priorisée des contacts de démonstration.
- **Ne rien clôturer** de ce que les Boucles Courte et Ouverte mobiliseront : garde l'option d'un diagnostic payant express (esprit Boucle Courte) et ta présence LinkedIn / ta méthode publiable (Boucle Ouverte).

Délai : 3 à 4 jours. **Critère de passage en Phase 1 :** ta proposition de valeur « preuve d'impact » tient en une phrase, le périmètre prestataire est cadré et chiffré, et tes contacts de démonstration sont listés et priorisés.

Phase 1 — Démarrage opérationnel (Semaine 1, jour par jour)

J1 · Lundi — Réécrire et cibler

- Réécrire la proposition de valeur : de « plateforme de formation » à « outil de mesure de l'adoption / preuve d'impact ».
Livrable : proposition de valeur + accroche · Critère : tu l'affirmes sans hésiter · ~2 h.
- Lister et prioriser les contacts chauds ayant vu une démo / chez qui la donnée a résonné.
Livrable : liste de 8–12 contacts · Critère : ≥ 5 contacts prioritaires · ~1 h · Notion.

J2 · Mardi — Refondre la démonstration

- Refondre une démonstration-type autour de la donnée et des indicateurs (recycler la matière des démos passées).
Livrable : démo v1 orientée preuve · Critère : elle montre des indicateurs d'adoption, pas du contenu · ~3 h · Canva.

J3 · Mercredi — Construire l'offre-résultat

- Construire l'offre-résultat à prix affiché (forfait d'entrée + mention de la récurrence cible).
Livrable : one-pager offre-résultat + prix · Critère : prix net affiché, aucun co-design gratuit · ~2 h.
- Rédiger l'argumentaire court « preuve d'impact » + le script de re-présentation.
Livrable : argumentaire + script · Critère : lisible à voix haute sans gêne · ~1 h 30 · Boîte à outils.

J4 · Jeudi — Borner le produit, préparer la mesure

- Cadrer avec le prestataire la courte liste d'ajustements légers nécessaires à la démo/offre, plafonnée au budget.
Livrable : périmètre dev borné et chiffré · Critère : aucune évolution lourde, coût ≤ budget · ~1 h 30.
- Préparer le gabarit de rapport de mesure d'adoption + la grille d'indicateurs.
Livrable : gabarit réutilisable · Critère : prêt à remplir · ~1 h 30 · ta méthodo + données MVP.

J5 · Vendredi — Re-présenter + Point de validation #1

- Re-présenter l'offre-résultat à prix affiché à 3 contacts chauds prioritaires.
Livrable : 3 re-présentations avec prix · Critère : 3 « ask payants » formulés · ~2 h · script.
- Bilan de la semaine ; ajuster message/offre selon les réactions.
Livrable : tableau de bord à jour · Critère : message affiné · ~1 h.

Validation fréquente : contrôle du tableau de bord tous les 3 à 5 jours, avec ajustement immédiat du message ou de l'offre. Signal de pivot principal : si les « non » portent sur le besoin et non sur le prix, le blocage est le positionnement — note-le, c'est un résultat en soi.

Phase 2 — Développement et autonomisation (7 semaines, hebdomadaire)

Objectif de la période (mesurable) : trancher la cause du blocage (produit / positionnement / présentation) et obtenir 1 à 2 conversions payantes prouvant que le repositionnement fonctionne ; décider de la part récurrente sur des bases validées.

Semaine	Priorités (max 3)	Livrables
S2	Re-présenter à 5 contacts au total · recueillir des réactions structurées · ajuster offre/démo.	Pipeline alimenté ; offre v2.
S3	Livrer une 1 ^{re} mission « preuve d'impact » (instrumenter un dispositif récent → mesure d'adoption) · documenter le cas.	1 mission livrée ; 1 cas documenté.
S4	Analyser les retours : blocage produit / positionnement / présentation ? · premier verdict · ajuster.	Verdict intermédiaire écrit.
S5	Convertir une 2 ^e mission · engager uniquement les ajustements produit légers validés par le signal.	2 ^e mission ; ajustements bornés.
S6	Consolider démonstration + offre en version répétable · publier un 1 ^{er} cas (preuve du repositionnement).	Offre/démo v3 ; 1 publication.
S7	Tester la part récurrente (usage plateforme) auprès d'un client convaincu — pré-cadrage, pas développement.	Intérêt récurrence qualifié.
S8	Bilan de phase : conversion comprise ? plateforme recalibrée ? · préparer, si pertinent, l'entrée en Boucle Ouverte.	Décision de phase.

Métriques simplifiées (5 max)

- Nombre de re-présentations à prix affiché / semaine.
- Taux de conversion « re-présentation → mission payante ».
- Nombre de missions « preuve d'impact » livrées + cas documentés.
- **Verdict sur le blocage** (produit / positionnement / présentation) — qualitatif mais tranché.
- Signaux d'intérêt pour la part récurrente (plateforme).

Ajustements selon les résultats

- **Conversion bonne** → engage les ajustements produit légers validés et prépare la part récurrente sur des bases solides.
- **« Non » sur le besoin** → le blocage est le positionnement, pas le produit : apprentissage majeur, et matière directe pour la Boucle Ouverte.
- **« Non » sur le prix** → propose la version resserrée, sans diluer en gratuit ; le prix reste affiché.
- **Charge mentale en tension** → étale l'effort et protège soirées et week-ends ; garde au moins un « ask » par semaine.

Apprentissages (autonomie future)

- Affirmer un repositionnement sans hésiter (« ce n'est plus une plateforme de formation, c'est un outil de preuve d'impact »).
- Trancher la cause d'un blocage sur du concret plutôt que par l'analyse.
- Tenir un prix affiché et valider en re-présentant, pas en re-développant.
- Transformer une démonstration en preuve, et une première conversion en cas.

Grands jalons de l'articulation

Articulation Boucle Courte → Boucle Juste → Boucle Ouverte. Chaque phase produit la validation dont la suivante a besoin : un diagnostic payant d'abord (signal de prix), le repositionnement de la plateforme ensuite (le projet, détaillé ci-dessus), la construction d'une voix experte en dernier. Ci-dessous, les grands jalons — étapes clés sans détail opérationnel.

En amont — Boucle Courte · le diagnostic payant rapide

Grands jalons

- Cadrer l'offre de diagnostic et son prix.
- Contacter 3 personnes du réseau chaud avec une offre claire à prix affiché.
- Livrer 1 ou 2 diagnostics.
- Consolider en cas et témoignage.

Configuration retenue : comme tu démarres directement sur la Boucle Juste, l'esprit de la Boucle Courte (le signal payant rapide) est intégré à la validation terrain du recalibrage — re-présenter une offre-résultat à prix affiché produit le même signal. La Boucle Courte reste activable en amont comme test express si tu le souhaites.

Au centre — Boucle Juste · le recalibrage (« le projet »)

Phase détaillée dans ce plan (Spécifications, Plan d'exécution, Boîte à outils ci-dessus). Grands jalons : réécrire la proposition de valeur → refondre une démonstration autour de la donnée → re-présenter à 3-5 contacts chauds une offre-résultat à prix affiché → décider sur la base des retours.

En aval — Boucle Ouverte · la voix experte reconnue

Grands jalons

- Poser un cadre méthodologique public synthétique sur la mesure de l'adoption.
- Publier régulièrement (cas, analyses, peut-être un référentiel) pour installer ta voix.
- Transformer l'audience en demandes entrantes de conseil et de diagnostic.
- Élargir le sujet au-delà de la formation (conduite du changement, déploiements d'outils, adoption de l'IA).
- Faire de la plateforme un moyen de livraison parmi d'autres, plus ton identité.

Déclencheurs, acquis et invariants de l'articulation

Transition Courte → Juste	Ne réinvestir dans le produit que ce que le signal de vente a réellement validé — pour ne pas rejouer « trop de produit, pas assez de marché ».
Transition Juste → Ouverte	La prise de parole ne démarre, sur des bases solides, qu'une fois la conversion comprise : tu construis une voix sur du vécu, pas sur une intention.
Acquis mobilisés	Le diagnostic produit un premier cas et un prix accepté/refusé ; le recalibrage produit une plateforme repositionnée et une conversion comprise ; la voix experte réutilise les deux.
Invariants préservés	Mesure de résultats réels, utilité pour les utilisateurs, proximité terrain et éthique des données — honorés à chaque phase.

Ces grands jalons ne constituent pas un plan d'action : ni actions datées, ni métriques, ni ressources détaillées. Le plan opérationnel complet d'une phase suivante sera construit le moment venu, lorsqu'elle deviendra la phase activable.

Boîte à outils opérationnelle

Sept outils immédiatement utilisables, priorité au réemploi de ce que tu possèdes déjà.

Outil	À quoi il sert / comment	Base existante
1. Proposition de valeur réécrite + accroche	Le pivot « preuve d'impact » formulé en une phrase, prêt pour pitch, site et LinkedIn.	à rédiger (J1)
2. Démonstration-type refondue	Une démo orientée indicateurs d'adoption, recyclant la matière des démos passées.	Canva + démos existantes
3. One-pager offre-résultat + argumentaire	Ce que reçoit le client, déroulé, prix affiché ; argumentaire court preuve d'impact.	Canva / Word
4. Script de re-présentation + 5 objections	Conversation type pour revenir vers un contact de démo (voir ci-dessous).	à rédiger (fourni)
5. Grille d'indicateurs + gabarit de rapport	5-8 comportements observables + structure de rapport de mesure d'adoption.	ta méthodo + données MVP
6. Périmètre prestataire borné + tableau de bord	Liste fermée d'ajustements plafonnés au budget ; 3 priorités hebdo + 5 métriques.	prestataire + Notion/Excel
7. Devis + CGV (offre-résultat)	Cadre contractuel B2B simple pour une mission bornée.	modèles BPI France Création

Accroche « preuve d'impact » (proposition de valeur)

« Learning Loop n'est pas une plateforme de formation de plus : c'est l'outil qui mesure ce qui change réellement dans les pratiques après une formation — la preuve d'impact que vos tableaux de bord de complétion ne donnent pas. »

Script de re-présentation (contact de démonstration)

« Bonjour [Prénom], on s'était vus autour de la plateforme. Je l'ai fait évoluer : ce n'est plus une plateforme de formation, c'est un outil de preuve d'impact — il mesure ce qui change vraiment après une formation. Concrètement, je te propose une mission à résultat : j'instrumente l'un de tes

dispositifs récents et je te livre, en quelques semaines, la mesure de son adoption — à prix affiché : [X] € HT. Tu as un dispositif récent sur lequel on pourrait tester ça ? »

Réponses aux 5 objections fréquentes

- « **On mesure déjà (satisfaction / complétion).** » → « Exactement : la complétion dit qui a participé, pas ce qui a changé dans les pratiques. C'est précisément cet écart que je mesure. »
- « **En quoi c'est différent de votre plateforme d'avant ?** » → « Le produit est le même socle ; ce qui change, c'est ce qu'il prouve. On ne vend plus du contenu, on vend la mesure de l'adoption. »
- « **C'est cher.** » → « C'est un forfait borné à résultat. Pour un périmètre resserré, j'ai une version à [Y] €. Le prix est affiché, pas négocié dans le flou. »
- « **On peut adapter ça sur-mesure pour nous ?** » → « L'offre est volontairement cadrée pour rester rapide et lisible — c'est ce qui en garantit le prix et le délai. On personnalise le dispositif analysé, pas le format. »
- « **On verra plus tard.** » → « Avec Qualiopi 2026 recentré sur l'effectivité, une preuve de ce qui a changé devient un atout concret. Je peux te réserver un créneau en [mois]. »

Garde-fous opérationnels

- ✓ Faisabilité garantie : chaque action est réalisable avec les ressources identifiées.
- ✓ Autonomie immédiate : tu exécutes avec ce que tu as déjà (MVP, donnée, méthode, réseau).
- ✓ Démarrage sous 48 h : aucun prérequis externe pour réécrire le message et préparer la re-présentation.
- ✓ Autonomisation progressive : tu apprends à tenir un repositionnement et à trancher un blocage sur du concret.
- ✓ Flexibilité intégrée : signaux de pivot et version resserrée prévus.
- ✓ Mesurabilité : objectif de conversion, verdict sur le blocage, tableau de bord à 5 métriques.
- ✓ Adaptation culturelle : ressources, réseaux et réglementation entièrement français / bordelais.
- ✓ Langue : français, tutoiement, codes RH et formation du marché français.
- ✓ Ancrage dans l'historique : on re-présente l'existant, on ne reconstruit pas — le regret « trop de produit » devient garde-fou.
- ✓ Prix affiché net : aucune dilution dans du co-design gratuit, sinon le test de prix n'a plus de sens.
- ✓ Périmètre produit borné : ajustements légers plafonnés au budget ; toute évolution lourde sort de la voie.
- ✓ Transition assumée : décentrer la plateforme est nommé comme un coût réel ; la plateforme reste préservée comme socle.
- ✓ Trajectoire respectée : la Boucle Juste est détaillée, l'articulation est esquissée par ses grands jalons, et aucune porte n'est fermée vers la Boucle Courte ou la Boucle Ouverte.

Critère de réussite universel : zéro question pratico-pratique en suspens pour l'action immédiate. Tu peux re-présenter ton offre-résultat à prix affiché à un premier contact dès cette semaine.

Localisation et contexte

- **Ancrage** : Floirac / Bordeaux Métropole. L'écosystème local (incubateur, French Tech Bordeaux, Les Premières Nouvelle-Aquitaine, ANDRH Aquitaine, CCI) permet des démonstrations en présentiel et des retours pairs sur ton repositionnement.
- **Langue et codes** : français, tutoiement, terminologie RH / formation française.
- **Vent porteur** : le marché de l'e-learning bascule de l'adoption des outils vers la mesure de leur effet, et la réforme Qualiopi 2026 rend la preuve d'impact particulièrement audible — exactement ton angle de repositionnement.
- **Bascule nationale** : le sujet n'étant lié à aucun territoire, tu passes au national à distance dès tes premières références.

À propos de ce document

Ce document a été produit par une orchestration multi-IA supervisée par un humain. Il peut contenir des erreurs. Les éléments importants méritent d'être vérifiés avec ton accompagnateur — notamment les liens, contacts et fourchettes de prix.

Ce plan d'action repose sur les ressources, compétences et contraintes telles que tu les as déclarées, et sur ce qui a été construit dans le projet existant. Son réalisme est conditionné par l'exactitude et l'honnêteté de ce qui a été exprimé.

Ce plan tient compte de ce qui a déjà été tenté. Il ne repart pas de zéro — il s'appuie sur ce qui existe pour aller plus loin ou différemment.

Elytria ne peut pas garantir la réussite du projet. Cette réussite dépend de facteurs qui lui sont extérieurs — notamment de la manière dont le plan va vivre en fonction des retours terrain.

Ce plan est conçu pour lancer l'action. Ensuite, il vit avec le projet : il s'ajuste en fonction de ce que le terrain révèle, et se révisé chaque fois que nécessaire.

Ce document n'est pas une promesse de résultat. C'est ce qui permet de commencer.

Elytria Project · Plan d'action opérationnel · Livrable porteur