

BONNE PRATIQUE

RÉUSSIR **UN POC** AVEC UNE START-UP

C'est une petite musique qui monte, qui monte et que l'on pourrait résumer d'une formule « ras le POC ! ». Pourtant, bien préparé et mené, le proof of concept reste un outil efficace.

CHRISTOPHE BYS

POC, l'acronyme de proof of concept, ou preuve du concept en bon français. Le POC est un travail préalable démontrant la pertinence d'une solution proposée avant son adoption [voir encadré ci-dessous]. Si le POC est devenu une méthodologie d'innovation de projet dans les entreprises, la mise en œuvre avec une start-up est plus prometteuse mais plus délicate. Avant de se lancer, les entreprises clientes veulent notamment s'assurer que la solution est vraiment efficace, compatible avec leur système d'information... d'où la nécessité du test. Mais il y aurait de l'abus dans l'air à écouter de nombreux start-uppers. « On a eu l'impression que des gens étaient là pour s'amuser et nous faire perdre du temps et de l'argent, s'agace le dirigeant généralement placide d'une jeune pousse. À fuir, le concours d'innovation, où le gagnant obtient le droit de faire un POC. »



Lire l'article complet sur
L'Usine Nouvelle – 25 Avril
2019 - n°3608

POC, QUI ES-TU ?

« Un POC, c'est un moyen de tester des hypothèses dès lors que l'on a une nouvelle idée de business et que l'on veut avancer vite », explique Mehdi Dziri, lead project analyst chez Fabermovel Innovate. Pour lui, le POC correspond à cette définition précise et ne saurait être limité au monde des start-up et des grands groupes. Un moyen efficace pour « valider une hypothèse avec

des clients potentiels d'un marché considéré ». Bien pensé et réalisé, le POC permet « de mieux designer le service futur ». En ligne avec la philosophie du « fail fast », échouer n'est pas grave si on le fait vite et que l'on tente rapidement autre chose par la suite.