

Module 5 - Compétences entrepreneuriales - nouveaux rêves et opportunités

Introduction :

La deuxième partie du module 5 est axée sur la durabilité et l'inclusion, puisqu'elle vise à expliquer comment créer des campagnes de marketing durables et inclusives dans les modèles d'entreprise. En outre, elle fournira des indications utiles sur l'utilisation des innovations technologiques et des outils numériques au sein d'un entrepreneuriat social, tout en donnant des conseils sur la constitution d'une équipe solide.

Objectifs du module :

- Apprendre à développer une méthode durable et inclusive d'entrepreneuriat social.
- Connaître les méthodes de planification stratégique et de marketing et savoir comment les mettre en œuvre.
- Utiliser les innovations technologiques pour améliorer un modèle d'entreprise.

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Le projet #DiOtherCity est cofinancé par le programme ERASMUS+ de l'Union européenne, et sera mis en œuvre de juin 2021 à mai 2023. Ce site web et le contenu du projet reflètent les opinions des auteurs, et la Commission européenne ne peut être tenue responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations qui y sont contenues.
(Code projet : 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512)

■

LES APPRIMEURS



CEPS Projectes Socials
<http://www.asecps.org>



MULAB

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



PARTIE 2 - La planification stratégique et le marché

Objectifs :

- Apprendre à créer une politique marketing inclusive.
- Obtenir des connaissances sur le leadership numérique.
- Apprendre des conseils sur la façon de créer une équipe forte.

Chapitre 1 : Le marketing inclusif

Le marketing est un processus complexe qui englobe différentes disciplines, stratégies et tactiques. Le marketing est le processus de création d'une action profitable pour le client, et il vise à motiver le public cible à acheter un bien ou un service ([Sailer, n.d.](#)).

Les recherches sur les tendances de consommation en 2020 ont montré qu'un nombre croissant de consommateurs accordent plus de valeur aux besoins et expériences individuels ([Chadha, 2021](#)). Ainsi, le marketing inclusif est devenu la nouvelle tendance pour presque toutes les nouvelles entreprises et start-ups.

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Le projet #DiOtherCity est cofinancé par le programme ERASMUS+ de l'Union européenne, et sera mis en œuvre de juin 2021 à mai 2023. Ce site web et le contenu du projet reflètent les opinions des auteurs, et la Commission européenne ne peut être tenue responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations qui y sont contenues.
(Code projet : 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512)

Le marketing inclusif pose les bases pour que l'inclusion devienne l'un des principaux aspects d'une stratégie commerciale ([Google, n.d.](#)). En termes simples, le marketing inclusif veut s'assurer qu'une marque touche le public le plus large possible ([texthelp.com, n.d.](#)). À mesure que les publics se diversifient, ils veulent se voir et voir leurs modes de vie reflétés dans les produits et services qu'ils utilisent ([Sukhraj, 2021](#)). Une enquête Google de 2019 a révélé que plus de 60 % des consommateurs noirs sont plus susceptibles d'utiliser des biens et des services provenant de marques qui reflètent positivement leurs origines et/ou leur ethnicité dans la publicité ([Zalis, 2019](#)). De même, 71 % des consommateurs LGBTQ+ sont plus susceptibles d'interagir avec des publicités en ligne qui représentent authentiquement leur orientation sexuelle (ibid.).

La sous-représentation, la discrimination systémique et les stéréotypes étant bien documentés dans l'histoire du marketing et de la publicité, le marketing inclusif est plus que jamais nécessaire ([Tezcan, 2021](#)). Pourtant, le marketing inclusif n'est pas un processus simple ; remplacer des images de personnes blanches par des minorités ethniques, changer la couleur des emballages en rose et ajouter un drapeau arc-en-ciel à une campagne ne rendra pas ces campagnes plus inclusives (ibid.). Le marketing inclusif consiste à faire en sorte que les gens sentent qu'une initiative, une entreprise ou une organisation les comprend vraiment ; le processus commence par la compréhension du client et de ses expériences, et il partage son éthique (ibid.).

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Le projet #DiOtherCity est cofinancé par le programme ERASMUS+ de l'Union européenne, et sera mis en œuvre de juin 2021 à mai 2023. Ce site web et le contenu du projet reflètent les opinions des auteurs, et la Commission européenne ne peut être tenue responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations qui y sont contenues.
(Code projet : 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512)

■

LES APPRIMEURS

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CEPS Projectes Socials
<http://www.aceps.org>



MULAB



Conseils pour développer une campagne publicitaire inclusive :

1. **Connaissez vos clients** : Une politique de marketing véritablement inclusive vise à comprendre le profil de ses clients et à identifier leurs perspectives économiques, politiques et culturelles uniques. Cette connaissance permettra à l'entreprise de formuler ses messages marketing en conséquence, de manière authentique et attrayante ([Tezcan, 2021](#)).
2. **Constituez une équipe diversifiée** : La publicité est une forme d'expérience humaine et, par conséquent, il n'est pas possible de s'adresser à des personnes d'origines diverses si la diversité ne se reflète pas dans l'équipe de marketing ([Tezcan, 2021](#)).
3. **Promouvoir l'inclusion de tous** : Le marketing inclusif ne doit pas être considéré comme une activité ciblant certains groupes ethniques, sexes ou classes sociales. Il s'agit plutôt de quelque chose qui s'adresse à tout le monde ; pour y parvenir, il faut un message qui touche les gens à un niveau émotionnel ([Tezcan, 2021](#)).
4. **Faites attention au langage et au ton que vous utilisez** : Le langage utilisé dans une campagne de marketing est un outil très puissant qui, lorsqu'il est utilisé de la bonne manière, peut attirer un large public. En revanche, s'il est mal utilisé, il peut être considéré comme offensant. Lorsqu'elle choisit les mots et les phrases à inclure dans une publicité, l'équipe marketing doit s'assurer que le langage est utilisé de manière appropriée ([texthelp.com, n.d.](#)).

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Le projet #DiOtherCity est cofinancé par le programme ERASMUS+ de l'Union européenne, et sera mis en œuvre de juin 2021 à mai 2023. Ce site web et le contenu du projet reflètent les opinions des auteurs, et la Commission européenne ne peut être tenue responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations qui y sont contenues.
(Code projet : 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512)

■

LES APPRIMEURS



CEPS Projectes Socials
<http://www.asceps.org>



MULAB

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union





5. **Soyez authentique** : Enfin, lorsque vous utilisez une histoire dans le cadre d'une campagne de marketing, essayez d'être aussi authentique que possible, en obtenant les points de vue des utilisateurs réels chaque fois que c'est possible ([Chadha, 2021](#)).

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Le projet #DiOtherCity est cofinancé par le programme ERASMUS+ de l'Union européenne, et sera mis en œuvre de juin 2021 à mai 2023. Ce site web et le contenu du projet reflètent les opinions des auteurs, et la Commission européenne ne peut être tenue responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations qui y sont contenues.
(Code projet : 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512)

LES APPRIMEURS



CEPS Projectes Socials
<http://www.asceps.org>



MULAB

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Chapitre 2 : Former une équipe performante

La création de la bonne équipe est un élément essentiel de la réussite de toute nouvelle initiative (qu'il s'agisse d'une entreprise ou d'une start-up) ([Shih, 2014](#)). Selon les recherches de [Klotz et al. \(2013\)](#), 60% des échecs des start-ups sont dûs à des équipes mal constituées. Cela montre que derrière chaque entrepreneuriat réussi, il y a une équipe d'employés accomplis ([Shenoy, 2019](#)).

Savoir qu'il est important d'avoir une équipe solide est évident, mais la question qui persiste est la suivante : comment choisir son équipe ? Selon une étude menée par Harvard Business Publishing, seuls 32 % des dirigeants mondiaux ont confiance dans les compétences et le talent de leurs employés ([McClain, 2017](#)).

Répondre à la question "Comment choisissez-vous votre équipe ?" n'est peut-être pas un processus facile, mais il existe quelques étapes simples que toute start-up devrait garder à l'esprit :

1. **Commencez petit** : comme l'a dit Jason Fried - un entrepreneur - "Il n'y a rien de mal à rester petit. Vous pouvez faire de grandes choses avec une petite équipe» ([Shenoy, 2019](#)). Le début d'une nouvelle start-up commence initialement avec son fondateur ; il

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Le projet #DiOtherCity est cofinancé par le programme ERASMUS+ de l'Union européenne, et sera mis en œuvre de juin 2021 à mai 2023. Ce site web et le contenu du projet reflètent les opinions des auteurs, et la Commission européenne ne peut être tenue responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations qui y sont contenues.
(Code projet : 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512)

■

LES APPRIMEURS



CEPS Projets Sociaux
<http://www.aceps.org>



MULAB

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



est donc crucial pour le nouveau dirigeant d'identifier ses principales caractéristiques en tant que leader avant de recruter son équipe (ibid.).

2. **Définissez la vision et les valeurs de la start-up** : Avant de passer à la phase de recrutement, il est essentiel de savoir qui vous recherchez. Avoir une vision claire de votre nouvelle start-up et connaître les valeurs de votre entreprise vous permettra d'attirer de futurs collaborateurs et/ou employés ayant le même état d'esprit et la même éthique, et de constituer une équipe dévouée aux valeurs de l'entreprise ([Shih, 2014](#)).
3. **Identifier les compétences** : Lorsque vous recrutez une nouvelle équipe, l'une des premières choses que vous recherchez, sont les compétences des futurs employés. Chaque poste s'accompagne d'un ensemble de compétences nécessaires pour aider l'entreprise à prospérer et à travailler à sa réussite ([McClain, 2017](#)).
4. **Évaluez l'expérience** : Une fois que vous avez trouvé les bonnes compétences, vous devez évaluer l'expérience du futur employé. Qu'est-ce qui compte le plus, les compétences ou l'expérience, est une question à laquelle il n'y a pas de réponse claire. Cela dépendra du type de poste pour lequel vous recrutez et de la vision que vous avez définie pour votre entreprise ([McClain, 2017](#)).
5. **Lire le potentiel** : L'aspect le plus crucial de la phase de recrutement est peut-être de pouvoir deviner si le futur employé a la capacité et la volonté d'évoluer au sein de votre entreprise et de vous aider à maintenir vos valeurs à l'avenir ([McClain, 2017](#)).

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Le projet #DiOtherCity est cofinancé par le programme ERASMUS+ de l'Union européenne, et sera mis en œuvre de juin 2021 à mai 2023. Ce site web et le contenu du projet reflètent les opinions des auteurs, et la Commission européenne ne peut être tenue responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations qui y sont contenues.
(Code projet : 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512)

LES APPRIMEURS



CEPS Projectes Socials
<http://www.asceps.org>



MULAB

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



6. **La formation** : Offrir des possibilités de formation à votre équipe d'employés est un bon moyen de s'assurer que votre équipe continue à se développer et que chacun reste enthousiaste à l'égard de la vision et des valeurs de l'entreprise ([Shenoy, 2019](#)).
7. **La constitution d'une équipe** : Le dernier point, mais non le moindre, est le processus de renforcement de l'équipe. Le team building peut aider à minimiser le stress et il augmentera également la communication interpersonnelle entre la direction et les employés, ainsi qu'entre les employés eux-mêmes ([Shenoy, 2019](#)). De nombreuses études ont montré que les activités de team building stimulent la créativité d'une équipe, renforcent la confiance, améliorent le travail d'équipe et augmentent la productivité globale d'une équipe ([Irshad, 2017](#)).

Outils numériques pour le module 5 - PARTIE 2 :

Outil 2 : Serious Game psychométrique pour le développement d'une équipe

Outil 4 : Maintenir votre image publique

Outil 5 : Plan de marketing

Outil 6 : Tourisme inclusif

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Le projet #DiOtherCity est cofinancé par le programme ERASMUS+ de l'Union européenne, et sera mis en œuvre de juin 2021 à mai 2023. Ce site web et le contenu du projet reflètent les opinions des auteurs, et la Commission européenne ne peut être tenue responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations qui y sont contenues.
(Code projet : 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512)

Références :

Chadha, Sapna. (2021). Inclusive marketing is the future of marketing: 5 inclusive principles to guide your 2021 marketing strategy. *Think with Google: Google.com*. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-apac/future-of-marketing/management-and-culture/inclusive-marketing-future-marketing-5-inclusive-principles-guide-your-2021-marketing-strategy/>.

Google. (n.d.). Inclusive Marketing. *Google.com*. Disponible à l'adresse suivante : <https://all-in.withgoogle.com/>.

Irshad, Muhammad. (2017). How Team Building Activities Can Enhance Productivity. *Tech.co*. Disponible à l'adresse suivante : <https://tech.co/news/team-building-activities-productivity-2017-06>.

Klotz, Anthony C. et al. (2013). New Venture Teams: A Review of the Literature and Roadmap for Future Research. *Journal of Management*, Vol. 40 (1). Disponible à l'adresse suivante : <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0149206313493325>.

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Le projet #DiOtherCity est cofinancé par le programme ERASMUS+ de l'Union européenne, et sera mis en œuvre de juin 2021 à mai 2023. Ce site web et le contenu du projet reflètent les opinions des auteurs, et la Commission européenne ne peut être tenue responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations qui y sont contenues.
(Code projet : 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512)

LES APPRIMEURS

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CEPS Projectes Socials
<http://www.aceps.org>



MULAB



McClain, Mark. (2017). How to Choose a Winning Team. *Forbes.com*. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2017/08/28/how-to-choose-a-winning-team/?sh=646d54c41c15>.

Sailer, Ben. (n.d.). Marketing Basics: 101 Guide to Everything You Need to Know. *coschedule.com Blog*. Disponible à l'adresse suivante : <https://coschedule.com/blog/marketing-basics-101-guide>.

Shenoy, Sanjay. (2019). Here's how you can build a winning team that will ride your start-up to victory. *yourstory.com*. Disponible à l'adresse suivante : <https://yourstory.com/2019/06/build-team-for-startup/amp>.

Shih, Ting. (2022). 3 Ways to Know If you have the Right Team. *Inc.com*. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.inc.com/springboard/3-ways-to-know-if-you-have-the-right-team.html>.

Sukhraj, Ramona. (2022). Inclusive marketing: Why modern buyers demand to see themselves in your brand. *Impactplus.com*. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.impactplus.com/blog/what-is-inclusive-marketing>.

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Le projet #DiOtherCity est cofinancé par le programme ERASMUS+ de l'Union européenne, et sera mis en œuvre de juin 2021 à mai 2023. Ce site web et le contenu du projet reflètent les opinions des auteurs, et la Commission européenne ne peut être tenue responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations qui y sont contenues.
(Code projet : 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512)



Texthelp.com. (n.d.). Understanding inclusive marketing and how you can get it right.

Texthelp.com. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.texthelp.com/resources/digital-accessibility-guide/inclusive-marketing/>.

Tezcan, Mina. (2021). The power of inclusive marketing – why it works. *KPMG Blog*. Disponible à l'adresse suivante : <https://home.kpmg/uk/en/blogs/home/posts/2021/04/the-power-of-inclusive-marketing-why-it-works.html>.

Zalis, Shelley. (2019). Inclusive ads are affecting consumer behaviour, according to new research. *Think with Google*. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.thinkwithgoogle.com/future-of-marketing/management-and-culture/diversity-and-inclusion/thought-leadership-marketing-diversity-inclusion/>.

www.diothercity.eu | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Le projet #DiOtherCity est cofinancé par le programme ERASMUS+ de l'Union européenne, et sera mis en œuvre de juin 2021 à mai 2023. Ce site web et le contenu du projet reflètent les opinions des auteurs, et la Commission européenne ne peut être tenue responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations qui y sont contenues.
(Code projet : 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512)

LES APPRIMEURS



CEPS Projectes Socials
<http://www.aceps.org>



MULAB

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

