

Module 03 | Création de projets

Nom du module :	Création de projets
Âge ou niveau scolaire :	Secondaire 2 (groupe d'âge mixte)
Cours :	Carrière et développement communautaire
Niveau :	Introduction
Durée :	6 semaines

Message à l'enseignant ou à l'enseignante :

Dans le cadre de ce module, les élèves exploreront la création de projets et valideront leur parcours. Voici la boîte à outils du Module 3, destinée à vous appuyer. Elle se décline en différentes sections :

- Objectif
- Compétences, indicateurs, habiletés et concepts
- Survol du module
- Mise en contexte
- Évaluation
- Livrables
- Ressources
- Ateliers et leçons

Objectif

L'objectif du Module 3 : Création de projets est d'amener les élèves à concentrer leurs efforts sur la création d'un ou de projets communautaires sélectionnés qui font appel à des habiletés et à des ressources individuelles et collectives. Les élèves mettront au point une démarche bien ciblée pour valider et concrétiser le potentiel de leurs projets.

Emploi du temps

La notion du temps est relative. Vous pouvez modifier le temps recommandé pour chacune des activités et des évaluations en fonction de la taille de votre groupe et de la dynamique qui le sous-tend. Laissez de la place à la flexibilité et à des moments d'apprentissage spontanés. Chacun des modules est conçu de manière à ce que les apprentissages puissent se concrétiser dans des situations réelles.

Il est aussi possible de diviser le cours selon le calendrier suivant :

Module 1 – 15 août au 15 septembre
Module 2 – 16 septembre au 16 octobre
Module 3 – 16 octobre à novembre
Module 4 – décembre au 15 avril

Compétences, indicateurs, habiletés et concepts

Compétences

- Mettre au point et valider un concept de projet
- Créer un plan d'action pour mettre en œuvre un projet

Indicateurs

- Les élèves se serviront de différents outils pour déterminer le potentiel d'un projet et améliorer le concept d'un projet.
- Les élèves créeront une identité de marque pour un projet.
- Les élèves collecteront des fonds pour un projet.
- Les élèves mettront sur pied un plan d'action auquel ils participeront et qui comprendra des tâches, des responsabilités et des échéances.

Habiletés essentielles :



Concepts

Validation

Marque

Planification de projet

Survol du module

Dans le **Module 3 : Création de projets**, les élèves poursuivront la création d'un ou de projets communautaires sélectionnés en suivant un processus simplifié de planification et de mise en œuvre.

Se servant du canevas de modèle d'affaires comme outil d'élaboration de projet, ils commenceront par valider le projet sélectionné, c'est-à-dire qu'ils recueilleront des données auprès des personnes touchées par le projet afin de documenter la mission, l'orientation et le potentiel de leurs idées de projet. Le processus de validation devrait amener les élèves à découvrir quels éléments de leur idée initiale sont réalisables, lesquels ne le sont pas, et quelles modifications ils doivent apporter à l'idée initiale pour répondre aux besoins de la communauté.

Une fois les idées de projet bien validées, les élèves devront trouver les ressources nécessaires

pour réaliser le projet. Ils devront créer un plan d'action et une identité de marque, et remplir un formulaire de demande de financement. Dans ce module, l'apprentissage sera axé sur les besoins associés aux projets communautaires en cours de réalisation.

La question de l'identité sera abordée dans le cadre de la stratégie de marque. Comment voulez-vous que votre public se sente face à votre projet? Comment votre projet s'exprimera-t-il? Quels sont les mots, les polices de caractères, les couleurs et les images qui décrivent le mieux votre projet? Quelles valeurs incarnez-vous? La section sur la stratégie de marque devrait inciter les élèves à réfléchir à leur identité – identité personnelle, identité culturelle, identité communautaire et identités organisationnelles – et à ce qui motive et anime le projet.

Grandes questions

Comment pouvons-nous planifier et concrétiser un projet qui améliore notre communauté?

Citation inspirante

À afficher dans la classe

« Nous sommes les descendants d'une culture où tout était utilisé, sans gaspillage. Nos ancêtres fabriquaient des objets avec la cage thoracique de la baleine boréale et savaient chasser certaines espèces à l'aide d'outils faits de parties d'autres animaux. Je pense que nous leur devons d'utiliser pleinement ce qui est à *notre* disposition aujourd'hui. »

– Adina Duffy, Ugly Fish, Coral Harbour
(Nunavut)

Ateliers et leçons

3.1 Le canevas de modèle d'affaires

Comment pouvons-nous transformer notre idée en une entreprise florissante?

Canevas de modèle d'affaires
60 minutes

3.2 La validation

Comment peut-on mettre à contribution les utilisateurs pour obtenir de l'information, des points de vue et des commentaires utiles qui orienteront notre projet?

Validation 50 minutes et +

3.3 La marque

Comment pouvons-nous représenter notre projet visuellement?

Identité de marque
50 minutes

3.4 La planification de projet

Comment pouvons-nous rédiger une demande de financement convaincante?

Dossier de présentation de projet et demandes
60 minutes et +

3.5 L'évaluation et la réflexion

Quels sont nos objectifs d'avenir?
Réflexion sur les habiletés essentielles
50 minutes

Mise en contexte

Le canevas de modèle d'affaires

Le canevas de modèle d'affaires est un outil qui permet de visualiser toutes les composantes clés d'une entreprise sur une seule page. Vous pouvez utiliser le canevas de modèle d'affaires pour esquisser un nouveau concept ou pour vous faire une idée d'une entreprise existante. Pour mieux comprendre, regardez la vidéo suivante.

Vidéo d'explications du canevas de modèle d'affaires (en anglais)

<https://www.youtube.com/watch?v=QoAOzMTLP5s>

Business Model Generation: a Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers

Ce livre est une excellente ressource pour les enseignants qui souhaitent en savoir davantage sur le canevas de modèle d'affaires, un outil essentiel du cours.

OSTERWALDER, Alexander, et coll. *Business Model Generation: a Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley,

2010.

Produit minimum viable

Le produit minimum viable est une méthode de validation d'idée très populaire. Il s'agit de créer une version préliminaire et économique de votre idée : une version qui représente votre principale proposition de valeur, mais qui ne comprend pas nécessairement toutes les caractéristiques. Les utilisateurs potentiels peuvent comprendre le produit et vous donner une rétroaction réelle sans que vous ayez à investir toutes les ressources requises pour la commercialisation d'un produit final.

Validation

Les nouveaux entrepreneurs ont tendance à penser qu'ils savent tout du problème qu'ils tentent de

résoudre. Ils diront souvent : « Voici le problème ou le besoin, et voici ma solution. Tout le monde sera ravi! » Or, ils se trompent souvent à plus d'un égard quant aux suppositions sur lesquelles repose leur idée de départ.

Comment savoir, donc, si votre modèle d'affaires est adéquat? Comment faire pour savoir si certaines de vos suppositions au sujet de vos utilisateurs et de votre proposition de valeur sont incorrectes? Pour savoir si une idée ou une supposition est correcte, l'entrepreneur doit se renseigner au sujet des utilisateurs potentiels et leur parler. En prenant le temps de mieux les comprendre avant de lancer le projet ou l'entreprise, l'entrepreneur s'assure de mettre en place un produit ou un service qui correspond véritablement aux besoins des principaux intéressés. Pour mieux comprendre, regardez la vidéo suivante.

Validation de marché (en anglais)

<https://www.youtube.com/watch?v=YuFJkqhCiY>

Les **utilisateurs** sont les personnes qui utiliseront le produit ou le service projeté de l'entrepreneur ou en profiteront directement. Par exemple, si les élèves mettent au point un programme de repas sains à l'école, les utilisateurs seront les élèves qui mangeront ces repas.

Les **clients** sont les personnes qui rapporteront de l'argent à l'entrepreneur, par exemple, par l'achat de produits ou de services. Reprenons l'exemple précédent : si les repas sains sont vendus aux élèves, alors les utilisateurs (les élèves) seront aussi les clients. Par contre, si c'est l'école qui achète les repas, alors les utilisateurs (les élèves) ne sont pas les clients (dans ce cas, ce serait l'école qui paie pour le programme).

Le **public** est composé des personnes ciblées par le message qui est communiqué. Il peut s'agir d'un groupe de personnes plus vaste que le noyau d'utilisateurs et de clients. Par exemple, si les élèves créent une campagne de marketing pour le programme de repas, ils cibleront d'autres personnes que les élèves. Le public pourrait aussi comprendre les parents, les leaders de la communauté, le gouvernement et les médias. Quand on conçoit une stratégie de marketing, il est important de bien définir le public cible.

Remarque : Les *segments de clientèle* et les *profils de clientèle* sont des termes d'entrepreneuriat qui reviennent tout au long du module et dans le cahier. Au besoin, le terme « utilisateur » peut-être substitué au terme « clientèle ». On parlera alors de segments d'utilisateurs et de profils d'utilisateurs.

Demandes de financement

L'un des plus gros obstacles au démarrage d'un projet est le capital et, pour obtenir du financement, il faut remplir des documents. En apprenant à remplir des demandes de financement, les élèves acquerront une habileté fondamentale. Vous pouvez les aider à le faire. Vous trouverez une copie de ces demandes dans la boîte à outils qui vous est fournie.

- The Qarjuit Local Youth Action Funding
<https://qarjuit.ca/funding-page/lyaf-funding-form>
(en anglais)
- Le Programme Ungaluk

Marque

La stratégie de marque a pour objectif d'exprimer l'identité et les valeurs fondamentales d'un projet ou d'une organisation. C'est aussi le moyen par lequel nous nous présentons au monde. Les marques reflètent qui nous sommes et ce que nous représentons. La partie de ce module qui porte sur la stratégie de marque donne aux élèves l'occasion de définir les valeurs fondamentales sur lesquelles est fondé le projet entrepreneurial qu'ils souhaitent mettre sur pied. Pour mieux comprendre, regardez la vidéo suivante.

Qu'est-ce qu'une marque? (en anglais)

https://www.youtube.com/watch?v=sQLIPC_alT8

Survol de l'évaluation pour le cours de CDC

Stratégie globale

Les élèves seront en mesure :

- d'expliquer les attentes et les apprentissages des modules du cours de CDC;
- de se servir des diverses plateformes numériques et en ligne pour communiquer leurs apprentissages;
- de déterminer et de respecter des critères d'habiletés essentielles personnalisés.

Processus

Les élèves prendront les commandes du projet, mais il revient à l'enseignant de gérer le processus et de définir un cadre d'attentes en matière de communication et d'évaluation. Avant d'effectuer les devoirs, les élèves doivent bien comprendre ce que l'on attend d'eux sur le plan du développement des habiletés et des résultats escomptés. Ils doivent aussi savoir quels véhicule ou média ils emploieront pour mettre en pratique leurs apprentissages, y réfléchir et les communiquer.

Communication

Explorez les éléments suivants avec vos élèves :

- Google Drive et Google Classroom – pour partager des documents et des liens, envoyer des rappels et autres notifications, et attribuer des tâches aux membres du groupe
- Outils numériques – appareils photo, appareils vidéo, ordinateurs portables, cartes SD, etc.
- Workplace – pour la messagerie instantanée et le partage de documents avec les écoles de KI
- Wordpress ou Medium – pour une communication avec la communauté à plus grande échelle (internationale) www.wordpress.com ou medium.com

Résultats escomptés pour le cours de CDC

Les résultats escomptés varient en fonction du groupe d'âge ou du type de programme. Toutefois, la participation de l'élève est systématiquement évaluée à partir de ses réflexions et de la rétroaction de l'enseignant tout au long du cours.

Les élèves du secondaire devront remettre :

- Une description de leur objectif personnel et une auto-évaluation de leur acquisition d'habiletés essentielles
- Une réflexion multimédia par module (5 au total)
- Une réflexion finale à propos de leur parcours d'apprentissage : ce qu'ils ont appris, comment ils se sont développés, les difficultés rencontrées, les étapes suivantes, ainsi qu'une auto-évaluation.

Devoirs de réflexion multimédia

Ces devoirs doivent être faits tout au long du cours. Ils visent à faire réfléchir l'élève à son expérience dans le cadre du cours de CDC. Les élèves peuvent décider quand et comment ils font les devoirs. À moins d'indication contraire, ceux-ci sont rendus dans un format permettant de les rendre publics dans Workplace.

Voici quelques possibilités :

- Réflexion écrite (500 à 700 mots)
- Album photo (10 à 20 photos qui racontent une histoire)
- Balado (5 à 10 minutes)
- Vidéoblogue (2 à 4 minutes)
- Document infographique

Remarques :

- Les élèves peuvent choisir de faire les devoirs de la même façon chaque fois, mais il faut les inviter à recourir à différents formats.
- Les élèves peuvent travailler seuls, en équipe de deux ou en groupe.
- Les élèves peuvent proposer d'autres modes de présentation, mais ils doivent d'abord en discuter avec l'enseignant.
- Les élèves doivent s'inscrire à l'avance dans un document Google partagé afin que les expériences soient diversifiées.

Résultats escomptés pour le Module 3

Canevas de modèle d'affaires
Identité de marque
Sommaire ou conclusions de la validation
Dossier de présentation de projet
Demandes de financement ou activité de financement

Outils de rétroaction et de collecte de données témoignant du succès

Carnets d'élève
Entretiens en tête à tête
Grilles de rétroaction et d'auto-évaluation
Rubriques

Ressources recommandées

Présentation PPT – Atelier sur le canevas de modèle d'affaires
Document PDF du canevas de modèle d'affaires
Feuille de travail de positionnement de la marque
Présentation PPT – Atelier sur la stratégie de marque
Présentation PPT – Atelier sur la validation de marché
Mener des entrevues avec les clients
Fiche-conseil sur les entrevues

Demandes d'activité de financement
Guide d'activités de financement
Rubriques d'habiletés essentielles
Guide de l'entrepreneuriat social

3.1 Canevas de modèle d'affaires

Les élèves apprennent les différentes composantes du canevas de modèle d'affaires et ils appliquent le modèle à leur idée de projet.

Questions d'orientation

Comment pouvons-nous transformer notre idée en une entreprise fonctionnelle?

Résultats visés

Pensée critique et questionnement
Citoyenneté
Compréhension des neuf composantes du canevas de modèle d'affaires
Création d'un canevas pour le projet communautaire

Vocabulaire

Canevas de modèle d'affaires
Proposition de valeur

Déroulement

Mise en train – 10 minutes
Canevas de modèle d'affaires – 30 minutes
Proposition de valeur – 10 minutes
Bilan – 10 minutes

Mise en train

Créez une activité de mise en train d'esprit communautaire adaptée aux besoins de votre groupe :

- *Warm Ups in Design Thinking* – essayez le jeu des mains néerlandais (*Dutch Clapping Game*) <https://uxdesign.cc/warm-ups-in-design-thinking-more-than-just-a-game-7f755fcc8497> (en anglais)
- Partners for Youth Empowerment – essayez le jeu Zip Zap Boing ou le cercle des mains (*Clapping Circle*) <http://www.partnersforyouth.org/category/activities/> (en anglais)
- IceBreakers and Team Builders – essayez l'activité de présentation du portefeuille (*Wallet Introduction*) ou le nœud humain (*Human Knot*)
- Jeux traditionnels inuits – au choix <http://www.athropolis.com/news-upload/11-data/index.htm> (en

anglais)

Activité expérientielle : Canevas de modèle d'affaires

Le canevas vise à répondre aux questions suivantes :

- Quelle est notre proposition de valeur?
- Qui sont nos utilisateurs?
- Comment irons-nous à la rencontre de nos utilisateurs?
- Comment interpellons-nous nos utilisateurs?
- De quels partenaires avons-nous besoin?
- De quelles ressources avons-nous besoin?
- Quelles activités devons-nous faire?
- Quels seront nos coûts?
- Comment gagnerons-nous de l'argent?

1. Imprimez [un exemplaire du canevas](#) pour chaque élève. Servez-vous de [la présentation de l'atelier sur le canevas de modèle d'affaires](#) de la boîte à outils pour expliquer et faire comprendre le canevas.

2. Consultez la feuille d'exercices intitulée « [Découvrir les composantes de ton prototype](#) ». Servez-vous-en pour accompagner vos élèves dans le Module. Commencez par faire la première partie de la feuille d'exercices pour esquisser votre prototype. La feuille d'exercices peut aussi vous aider à suivre le processus de création de projets.

3. Invitez un entrepreneur ou un responsable de projet communautaire à présenter le canevas à l'aide d'une étude de cas réelle. Demandez à la personne de présenter son projet ou son entreprise. Les élèves posent ensuite des questions afin de tracer un schéma des activités de l'entreprise dans un canevas de modèle d'affaires. Puis, ils travaillent avec l'entrepreneur local et proposent des améliorations au modèle d'affaires à la lumière de ce qu'ils ont appris.

4. En équipes : travaillez sur les différentes sections du canevas de modèle d'affaires qui concerne le projet communautaire. Les élèves trient, organisent et définissent leurs idées de projet d'entreprise à l'aide du canevas de modèle d'affaires. Cet outil devrait permettre de recenser ce que vous savez, ce que vous pensez savoir et ce que vous ne savez pas encore.

5. Formulez un énoncé de proposition de valeur

La proposition de valeur se trouve au cœur de votre modèle de projet communautaire. C'est ce qui attire les clients vers votre produit ou service. Vous devez formuler une proposition de valeur claire et bien ciblée pour prouver que votre entreprise en démarrage est un projet réaliste.

Voici les éléments essentiels :

- Qu'offrez-vous et comment l'offrez-vous aux clients?
- Quel type de valeur ou d'avantage est associé à ce que vous offrez (économies de coûts, économies de temps, profits, satisfaction des clients ou des employés) et à quelle part le client peut-il s'attendre?

- Comment la valeur est-elle créée?
- En quoi est-ce différent de ce qui existe dans votre communauté?
- La rédaction de votre énoncé de proposition de valeur se fait en quatre étapes.

Étape 1 :

Pour commencer le processus de rédaction d'une proposition de valeur efficace, réfléchissez aux questions suivantes sur votre idée d'entreprise. Répondez aux deux questions en une ou deux courtes phrases.

- Qui est votre client et quel est le problème?
- Pourquoi est-ce important pour le client?

Étape 2 :

Qu'est-ce que vous offrez et quelles valeurs (ou quels avantages) votre projet communautaire procure-t-il? Prenez cinq minutes pour énumérer autant de valeurs que vous le pouvez.

Voici quelques pistes de réflexion :

- Pourquoi choisissez-vous de dépenser votre argent pour vous procurer certains articles?
- Pourquoi les gens utilisent-ils différents modèles de téléphone?
- Pourquoi les gens s'abonnent-ils à Netflix?
- À partir de votre liste de valeurs, choisissez deux valeurs clés. Selon vous, laquelle des deux valeurs décrit le mieux celle que procure votre produit à vos clients?

Étape 3 :

Maintenant, décrivez ce qui vous distingue dans le marché. Prenez encore cinq minutes pour faire une liste de ce qui rend votre produit unique.

Étape 4 :

Vous pouvez maintenant rédiger votre énoncé de proposition de valeur. Expliquez clairement quelle est votre clientèle cible, ce que vous lui offrez et ce qui vous distingue.

L'énoncé doit être bref et concis, car vous vous en servirez lors de la mise à l'essai avec les clients. Prenez le temps d'écrire une seule proposition de valeur avec clarté. Elle devrait compter une ou deux courtes phrases. Évitez les listes à puces et les énoncés de plus de deux phrases.

Si vous vous sentez à l'aise, publiez votre énoncé de proposition de valeur dans le groupe Slack d'E101 afin d'obtenir la rétroaction d'autres participants au cours.

Proposition de valeur d'Uber :

« Uber est la façon la plus intelligente de se déplacer : en un seul clic, une voiture vient à vous, votre chauffeur sait exactement où aller et toute la transaction se fait sans argent comptant. »

Bilan et réflexion

1. **Quoi?** Qu'est-ce que le canevas de modèle d'entreprise? Est-ce que c'est utile pour la mise sur pied de notre projet?
2. **Et alors?** Qu'avez-vous appris à propos de votre idée de projet?
3. **Et maintenant?** Comment comptez-vous adapter ou modifier votre idée de projet?

Prochaines étapes

Valider votre projet et déterminer quelles sont les prochaines étapes!

3.2 La validation

Les élèves prennent contact avec de vrais utilisateurs pour obtenir de l'information et des points de vue utiles qui orienteront leur projet d'entreprise.

Questions d'orientation

Comment peut-on mettre à contribution les utilisateurs pour obtenir de l'information, des points de vue et des commentaires utiles qui orienteront notre projet?

Résultats visés

Pensée critique et questionnement

Citoyenneté

Définition de la validation

Capacité à trouver les outils utiles à la validation

Utilisation de différents outils pour recueillir des données dans la communauté et déterminer la viabilité d'un projet

Utilisation des données pour valider, modifier et peaufiner un projet

Création et mise en œuvre d'essais et de techniques de validation

Mises à l'essai dans la communauté auprès d'utilisateurs potentiels

Évaluation des apprentissages et intégration de la rétroaction au canevas de modèle d'affaires

Vocabulaire

Validation

Produit minimum viable

Prototype

Sondages

Recherche

Entrevues

Déroulement

Mise en train – 10 minutes

Validation – 30 minutes en classe + temps nécessaire pour les activités de validation

Bilan – 10 minutes

Mise en train

Créez une activité de mise en train d'esprit communautaire adaptée aux besoins de votre groupe :

- *Warm Ups in Design Thinking* – essayez le jeu des mains néerlandais (*Dutch Clapping Game*) <https://uxdesign.cc/warm-ups-in-design-thinking-more-than-just-a-game-7f755fcc8497> (en anglais)
- *Partners for Youth Empowerment* – essayez le jeu Zip Zap Boing ou le cercle des mains (*Clapping Circle*) <http://www.partnersforyouth.org/category/activities/> (en anglais)
- IceBreakers and Team Builders – essayez l'activité de présentation du portefeuille (Wallet Introduction) ou le nœud humain (Human Knot)
- Jeux traditionnels inuits – au choix <http://www.athropolis.com/news-upload/11-data/index.htm> (en anglais)

Activité expérientielle : Validation du projet

Les élèves apprendront à connaître les stratégies et les outils de validation et créeront une série d'essais pour valider leur idée de projet. La validation les aidera à dénicher de l'information utile et d'autres points de vue sur leur idée avant de se lancer. Le processus permet de répondre à deux questions :

- Comment devrions-nous créer ce projet/cette entreprise?
- Comment peut-on augmenter les chances de réussite de notre projet?

Les nouveaux entrepreneurs ont tendance à penser qu'ils savent tout du problème qu'ils tentent de résoudre et qu'ils ont trouvé la solution. La validation de marché permet de confirmer s'ils sont sur la bonne voie ou de révéler les éléments du modèle de projet qui devraient être modifiés pour accroître les chances de réussite.

1. Servez-vous de [l'atelier](#) de la boîte à outils pour explorer le concept de la validation et les habiletés pratiques.
2. Divisez la classe en quatre groupes pour réaliser les tâches suivantes. [Servez-vous de la feuille d'exercices](#) fournie pour orienter le travail d'équipe.

a. Création d'un sondage

Créez un sondage qui vous permettra d'obtenir la rétroaction d'utilisateurs potentiels. Les sondages sont un outil formidable, car ils permettent de recueillir beaucoup de données en peu de temps. Pour obtenir des réponses des clients que vous ciblez, envoyez le sondage par courriel, publiez-le sur les réseaux sociaux ou encore imprimez-le et remettez-le en mains propres.

b. Création d'un produit minimum viable et d'un prototype

Créez un produit minimum viable pour votre nouvelle idée de projet. Vous pouvez le faire sur ordinateur, le dessiner sur papier ou créer un prototype de ce qui sera vendu, si possible.

c. Recherche secondaire

Faites des recherches dans Google sur certaines des questions clés que les utilisateurs potentiels ont posées à propos du projet communautaire. Vous trouverez peut-être des données et des statistiques de l'industrie qui vous seront utiles dans des articles de recherche.

d. Menez des entrevues en personne avec les clients

Discutez avec des utilisateurs potentiels en personne. Rendez-vous dans les magasins des environs, dans les écoles, à la salle communautaire ou à tout endroit où beaucoup de gens circulent. Discutez avec les utilisateurs potentiels et cherchez à savoir comment le projet des élèves pourrait leur venir en aide.

Avant les entrevues avec les clients potentiels, demandez à vos élèves de créer un guide d'entrevue dont ils pourront se servir pendant les rencontres. N'oubliez pas d'inclure une introduction, des questions sur le problème et le produit et des questions de suivi.

Vous devez trouver au moins cinq clients potentiels pour mener des entrevues individuelles. Évitez les entrevues aléatoires avec des amis, des membres de la famille ou des gens dans un café. Essayez d'effectuer les entrevues sur une période d'une semaine et demandez à un ami de prendre des notes ou d'enregistrer la conversation de façon à pouvoir vous concentrer entièrement sur le client et les questions.

Liste de vérification d'entrevue :

- Remplissez votre propre guide d'entrevue.
- Trouvez au moins cinq participants.
- Fixez des rendez-vous et confirmez la présence des participants.
- Récapitulez les données et planifiez les prochaines étapes.

Clients :

- Votre client potentiel fait face à un problème.
- Il a tenté de trouver une solution.
- Ce client peut acheter votre solution.

Astuces d'entrevue :

- Posez des questions ouvertes.
- Soyez prêt à parler de votre industrie en général (tendances, congrès, concurrence). N'essayez pas de vendre quoi que ce soit au client.
- Veillez à bien écouter et à en apprendre davantage sur les problèmes du client.
- Demandez à vos interlocuteurs de vous recommander d'autres participants.

Vous pouvez consulter la [fiche-conseil sur les entrevues](#) dans la boîte à outils.

Une fois les activités de validation terminées, il faut recueillir, trier, évaluer et interpréter les résultats. Analysez les résultats avec la classe pour tirer des conclusions. Travaillez ensemble à fixer des objectifs.

Bilan et réflexion

1. **Quoi?** Quelles sont vos conclusions? Faites un récapitulatif visuel.

2. **Et alors?** La validation est-elle importante? Que vous ont appris les résultats quant aux prochaines étapes du projet?
3. **Et maintenant?** De quelle façon modifierez-vous le canevas de modèle d'affaires? Apportez toutes les modifications nécessaires.

Prochaines étapes

Créer une identité de marque pour votre projet.

3.3 La marque

La question de l'identité sera abordée dans le cadre de la stratégie de marque. Comment voulez-vous que votre public se sente face à votre projet? Comment votre projet s'exprimera-t-il? Quels sont les mots, les polices de caractères, les couleurs et les images qui décrivent le mieux votre projet? Quelles valeurs incarnez-vous? La section sur la stratégie de marque devrait inciter les élèves à réfléchir à leur identité – identité personnelle, identité culturelle, identité communautaire et identités organisationnelles – et à ce qui motive et anime le projet sur le plan des valeurs.

Questions d'orientation

Comment pouvons-nous représenter notre projet visuellement?

Résultats visés

Pensée critique et questionnement

Citoyenneté

Techniques de communication uniques et efficaces pour exprimer la valeur d'un produit ou d'un service à un public

Distinction entre identité personnelle, identité culturelle, identité communautaire et identités organisationnelles

Compréhension des différents éléments de l'expression de la marque d'un projet quant à l'identité, aux valeurs et aux motivations

Création d'une identité de marque

Vocabulaire

Marque

Identité

Logo

Déroulement

Mise en train – 10 minutes

Création d'une marque – 30 minutes

Bilan – 10 minutes

Mise en train

Créez une activité de mise en train d'esprit communautaire adaptée aux besoins de votre groupe :

- *Warm Ups in Design Thinking* – essayez le jeu des mains néerlandais (*Dutch Clapping Game*) <https://uxdesign.cc/warm-ups-in-design-thinking-more-than-just-a-game-7f755fcc8497> (en anglais)
- *Partners for Youth Empowerment* – essayez le jeu Zip Zap Boing ou le cercle des mains (*Clapping Circle*) <http://www.partnersforyouth.org/category/activities/> (en anglais)
- IceBreakers and Team Builders – essayez l'activité de présentation du portefeuille (Wallet Introduction) ou le nœud humain (Human Knot)
- Jeux traditionnels inuits – au choix <http://www.athropolis.com/news-upload/11-data/index.htm> (en anglais)

Activité expérientielle : Création d'une marque

Les élèves créeront une identité de marque pour leur projet communautaire. D'abord, ils doivent apprendre à définir une identité visuelle en explorant notamment les noms de marque, les logos, les polices de caractères et les couleurs. Vous pouvez vous reporter aux exemples d'identités de marques locales dans le cahier.

1. Servez-vous de la [présentation PPT de l'atelier sur la stratégie de marque](#) pour orienter le travail.
2. Servez-vous de la [feuille d'exercices de l'atelier sur la stratégie de marque](#) pour orienter le travail d'équipe et la discussion en classe. Vous pouvez diviser la classe en groupes de deux ou trois élèves afin de créer le plus de marques possible.
3. Demandez aux élèves de présenter leurs idées de marques pour le projet.
4. Passez au vote. Quelle marque est la plus populaire? Ce sera celle dont vous vous servirez pour communiquer votre projet.

Bilan et réflexion

1. **Quoi?** Qu'est-ce qu'une marque?
2. **Et alors?** Quelle est votre marque? Quelle est votre identité?
3. **Et maintenant?** Où utiliserez-vous votre marque?

Prochaines étapes

Créer un dossier de présentation de projet pour votre marque. Votre classe s'en servira pour trouver le financement nécessaire à la mise en œuvre du projet.

3.4 Le financement

Les élèves commencent à organiser leur projet d'entreprise en remplissant une demande de financement.

Questions d'orientation

Comment pouvons-nous rédiger une demande de financement convaincante?

Résultats visés

Pensée critique et questionnement

Citoyenneté

Repérage des sources de financement nécessaires à la création d'un projet communautaire et demandes de financement

Dossier de présentation de projet

Demande de financement

Vocabulaire

Financement

Dossier de présentation de projet

Demande

Déroulement

Mise en train – 10 minutes

Activité – 40 minutes

Bilan – 10 minutes

Mise en train

Créez une activité de mise en train d'esprit communautaire adaptée aux besoins de votre groupe :

- *Warm Ups in Design Thinking* – essayez le jeu des mains néerlandais (*Dutch Clapping Game*) <https://uxdesign.cc/warm-ups-in-design-thinking-more-than-just-a-game-7f755fcc8497> (en anglais)
- *Partners for Youth Empowerment* – essayez le jeu Zip Zap Boing ou le cercle des mains (*Clapping Circle*) <http://www.partnersforyouth.org/category/activities/> (en anglais)
- IceBreakers and Team Builders – essayez l'activité de présentation du portefeuille (Wallet Introduction) ou le nœud humain (Human Knot)
- Jeux traditionnels inuits – au choix <http://www.athropolis.com/news-upload/11-data/index.htm> (en anglais)

Activité expérientielle : Financement

Préparez une demande de financement afin d'obtenir les ressources nécessaires à la réalisation du projet. Commencez par créer un dossier de présentation de projet. Faites ensuite vos demandes de financement, puis passez aux activités de financement.

1. Créez un dossier de présentation de projet. Vous pouvez consulter la page d'Improve Presentation du site Web (en anglais) : <https://pitchdeck.improvepresentation.com/what-is-a-pitch-deck>.

Une présentation de projet DEVRAIT :

- Comprendre 12 diapositives.
- Raconter une histoire et susciter de l'émotion chez les gens. Tout le monde aime les histoires, alors assurez-vous d'avoir une histoire intéressante à raconter à propos de votre entreprise en démarrage.
- Se limiter à une idée par diapositive. Vous voulez retenir l'attention de votre public au moyen d'une seule page.
- Vous préparer à faire une excellente première impression. La première impression compte beaucoup – les deux à trois premières minutes sont les plus importantes.
- Mettre en valeur les personnes qui sous-tendent votre idée. Décrivez leurs habiletés et expliquez ce sur quoi elles travailleront.
- Être d'apparence uniforme. Utilisez les mêmes polices et tailles de caractères, couleurs et majuscules dans toutes les diapositives de la présentation.

Une présentation de projet NE DEVRAIT PAS :

- Contenir trop de listes à puces
- Être trop longue
- Être lue mot à mot à partir d'un texte écrit.
- Paraître mal préparée
- Utiliser une police de caractères de petite taille
- Comporter trop de texte – miser sur les éléments visuels.

Un modèle [PowerPoint](#) est fourni dans la boîte à outils qui comporte des idées de contenu sur chaque diapositive. Vous pouvez vous en servir pour créer votre dossier de présentation de projet.

Envoyez votre dossier à toutes les personnes susceptibles de vous aider. Joignez-le à toutes vos demandes de financement.

2. Remplissez les demandes de financement.

À ce stade, les élèves devraient avoir tout ce qu'il leur faut pour remplir la demande de financement, y compris le dossier de présentation de projet. Il est important que les jeunes acquièrent cette habileté, car elle leur permet d'accéder à des fonds offerts par des programmes locaux comme :

- Le programme Qarjuit Local Youth Action Funding
- Le programme Ungaluk
- Le financement de KI

Vous trouverez les formulaires associés à ces programmes dans la boîte à outils ou en cliquant sur

les liens suivants :

- [Documents de demande pour Qarjuit LYAF](#)
- [Demande pour le programme Ungaluk](#)
- [Inspire Nunavik 500](#)

3. Vous pouvez aussi organiser une collecte de fonds pour financer le démarrage de votre projet. Plusieurs options s'offrent à vous : vente de pâtisseries, bingo, tirages au sort, etc. Reportez-vous au document d'idées d'activités de financement dans la boîte à outils.

Bilan et réflexion

1. **Quoi?** Quel est l'objectif de votre activité de financement? Pourquoi avez-vous besoin de cet argent?
2. **Et alors?** Si vous obtenez l'argent, comment le gèrerez-vous?
3. **Et maintenant?** Que serez-vous en mesure de faire une fois que vous aurez utilisé tous les fonds qui vous seront offerts? Quelles sont les prochaines étapes et quel est votre plan d'action?

Prochaines étapes

Commencer la mise en œuvre et la gestion de votre projet. Créer un plan d'action!

3.5 L'évaluation et la réflexion

Les élèves devront effectuer une auto-évaluation écrite, orale ou visuelle des habiletés essentielles acquises jusqu'ici dans le cadre du cours. Il faut les inciter à réfléchir à leur croissance personnelle. Sur le plan de la mentalité de croissance, quels ont été les principaux échecs ou défis qui leur ont permis d'apprendre quelque chose. Comment se sont-ils servis de ces occasions pour apprendre? Quels sont leurs objectifs d'avenir? (50 minutes)

Consultez la rubrique sur les habiletés essentielles de la boîte à outils pour une description de chacune des habiletés.