

Dalberg

Etude Approfondie du processus de candidature

CONCOURS AFRICA'S BUSINESS HEROES ATELIER
SUR LE PROCESSUS DE CANDIDATURE

Vue d'ensemble du processus de candidature

Vérification pré-candidature:

- Répondez aux critères d'éligibilité: 1) Êtes-vous un fondateur?, 2) Êtes-vous africain ou d'origine africaine?, 3) Votre entreprise évolue-t-elle principalement en Afrique?, 4) Avez-vous trois ans ou plus de chiffre d'affaires?
- Donnez une référence : Peut être un un ami proche, un collègue, un ancien employeur ou un mentor

Section A

Profil du fondateur: Cette section cherche à identifier les fondateurs, leur mode de fonctionnement et leur motivation. Connaître le fondateur de l'entreprise est tout aussi important que de découvrir les activités qu'il dirige.

Section B

Profil de l'entreprise: Cette section cherche à avoir une connaissance de base sur l'entreprise. Elle exige que les candidats indiquent les informations de base telles que le slogan, le secteur, la ville où l'entreprise mène ses activités, le nombre d'employés, l'adresse du siège, etc.

Section C

Etude approfondie de l'entreprise: Cette section cherche à mieux connaître l'entreprise et à avoir plus d'informations sur l'activité de l'entreprise, y compris le modèle d'entreprise, son plan d'avenir et son impact

Section D

Prix et reconnaissance: Cette section cherche à savoir si l'entrepreneur a reçu des distinctions ou remporté des concours, et si un article a été rédigé sur l'entrepreneur

Section E

Vidéo de présentation: La vidéo permettra aux juges de l'ANPI de mieux connaître l'entrepreneur, son entreprise et son équipe..Les vidéos peuvent être tournées à l'aide d'un smartphone ou d'un ordinateur portable et elles n'ont pas besoin d'être filmées par des professionnels

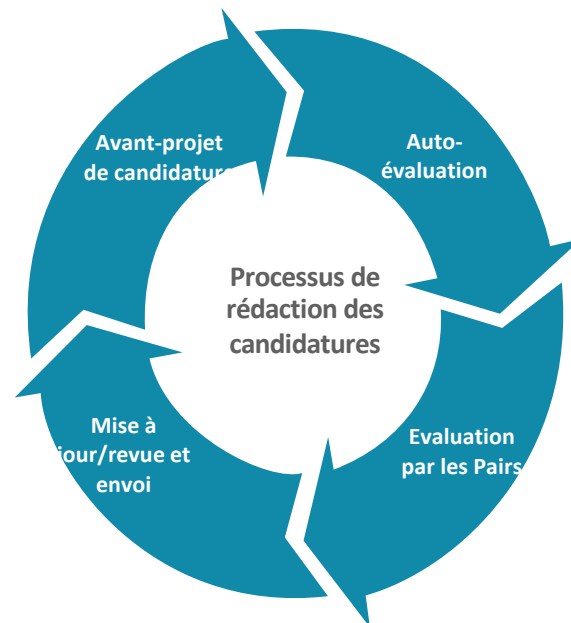
Nous mettrons l'accent sur les sections A, B et C car ces sections constituent la base du processus de candidature



COMMENT DÉMARRER LE PROCESSUS DE CANDIDATURE?

Principes généraux à respecter en démarrant le processus de candidature

- 1 Adhésion aux valeurs de l' ANPI – le ton, la langue et le positionnement
- 2 Soyez cohérent en ayant un seul récit articulé tout au long de l'élaboration de candidature et fournissez autant d'exemples que possible
- 3 Donnez-lui un caractère personnel - racontez votre histoire et permettez au public de vous comprendre et de se faire une idée de votre personnalité.
- 4 Expliquez clairement le problème que vous souhaitez résoudre, la solution que vous proposez et des preuves solides indiquant que les clients adhèrent à la solution
- 5 La rédaction de votre candidature est un processus interactif, exploitez au mieux votre réseau pour obtenir un feedback positif sur votre candidature



LES VALEURS DE L'ANPI: LE SOCLE DE VOTRE CANDIDATURE

Les valeurs clés que l'ANPI utilise pour définir les héros sont les suivantes:

« la passion , l'audace , la résilience, l'orientation sur la mission, l'innovation , l'orientation sur l'impact et la vision »

Quel sens donnez-vous à ces valeurs en tant que candidat potentiel?



SECTION A: PROFIL DU FONDATEUR - Qui êtes-vous? Quelle est votre histoire? Qu'est-ce qui vous distingue de la masse?

ÉTAPE 3: PROFIL DU FONDATEUR



À l'ANPI, les fondateurs - aussi leur identité, leurs convictions et leurs actions - tous ces aspects sont aussi importants que la nature des entreprises qu'ils dirigent. Nous voulons vous connaître, vous et votre histoire.

Prénom:* Nom de famille:*

code pays:* Numéro de téléphone portable:*

Sexe:* Homme Femme

Date de naissance:* Nationalité:*

Langues couramment parlées:* +

Rôle dans l'entreprise:* Fondateur Co-Fondateur Autre

Poste dans l'entreprise:* CEO CMO CFO CPO Autre






Veillez nous donner une version Twitter de votre biographie. Qui êtes-vous, quels sont vos intérêts et vos motivations? (25 mots)*

Trucs et astuces (extrait du guide de candidature):

- **Veillez donner une version twitter de votre bio.** Qui êtes-vous, quels sont vos centres d'intérêts et vos motivations. Exemple: Je suis un aventurier qui aime l'art et la musique live. Je suis une fervente partisane de l'éducation des femmes qui a pour mission d'apprendre à 25 000 filles à coder, à l'horizon 2025.
- **Pourquoi pensez-vous que vous méritez d'être un Africa Business Hero de l'ANPI 2020?**
Les principales valeurs que l'ANPI utilise pour identifier les héros sont : la passion, l'audace, la résilience, l'orientation vers une mission, l'innovation, l'impact et la vision
- **Si vous arrivez à la Grande Finale, quelle question voudriez-vous poser à Jack Ma?**
Au cours du gala Africa Business Heroes, les finalistes auront la possibilité de poser des questions aux juges de la Finale, y compris à Jack Ma. Imaginez que vous êtes sur scène et que vous avez une telle opportunité. Que demanderiez-vous ? Réfléchissez à la question que vous poserez et veuillez la formuler.



Votre récit en tant que fondateur commence ici

 Le Prix Sommet de l'ANPI Finalistes de l'ANPI Informations Galerie A propos | En    

Pourquoi avez-vous créé l'entreprise ? (150 mots)*

Qu'est-ce qui vous passionne le plus dans votre entreprise ? (100 mots)*

Si vous arrivez à la grande finale, quelle question poserez-vous à Jack Ma? (50 mots)*


Avez-vous été condamné?*

Oui Non

Avez-vous déjà fait faillite ou été déchu du droit de diriger une entreprise?*

Oui Non

Liens vers tout profil professionnel ou social ou site web personnelpersonal website:

Nom Lien 

Question: Pourquoi avez-vous créé l'entreprise?

Une réponse pertinente:

- Expliquera ce qui vous a motivé à démarrer l'entreprise, par exemple, l'identification d'un problème au sein de la communauté
- Soulignera l'importance / l'urgence de résoudre ce problème
- Mettra en évidence les raisons pour lesquelles vous vous êtes senti capable de résoudre le problème.
- Sera centré sur le client / bénéficiaire dans la présentation des motivations
- Va relier votre système de valeurs personnel à celui de l'ANPI

Une réponse moins pertinente:

- Se focalisera exclusivement sur le gain financier / personnel en tant que principal facteur de motivation et non sur un impact plus large au niveau des communautés
- Ne mettra pas en évidence les objectifs prévus ou l'impact souhaité

SECTION B: PROFIL DE L'ENTREPRISE - Présentez votre entreprise aux juges - soyez sincère et concis

ÉTAPE 4: PROFIL DE L'ENTREPRISE



Avant d'entrer dans les détails, nous voulons avoir un aperçu de votre entreprise. Veuillez remplir ce formulaire avec un maximum de précision.

Nom de l'entreprise:*

slogan de la société : *

Veuillez sélectionner le pays où la société est constituée/enregistrée officiellement:*

Quand la société a-t-elle été formellement enregistrée/ constituée?*

Depuis combien d'années l'entreprise est effectivement opérationnelle : ⓘ *

À quelle phase de développement se trouve votre entreprise?*

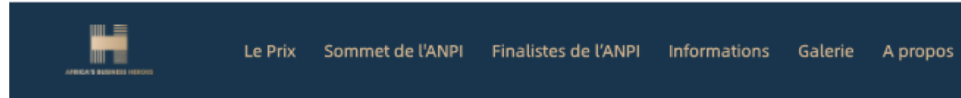
Veuillez sélectionner le pays dans lequel votre entreprise exerce ses principales activités:*

Veuillez indiquer la ville dans laquelle votre entreprise exerce ses principales activités:*

Questions de clarification :

- **Enregistrement/Constitution de l'entreprise:** veuillez indiquer la date à laquelle votre entreprise a été officiellement enregistrée auprès du « Registrar General » ou d'une autre agence gouvernementale. Cette date doit être celle qui figure sur le document de constitution de votre entreprise
- **Nombre d'années de fonctionnement effective:** il s'agit du nombre d'années pendant lesquelles l'entreprise a effectivement fonctionné, en d'autres termes, de la date à laquelle vous avez commencé à concrétiser votre idée.
- **Principal pays de déploiement des activités:** désigne le pays où votre entreprise a la majorité de son personnel, de ses équipements et de ses clients.
- **Personnel à temps plein:** désigne les travailleurs qui occupent un poste permanent et travaillent un nombre minimal d'heures au cours d'une semaine, un mois ou un an (tel que défini par l'employeur) et qui sont rémunérés sur une base hebdomadaire, bihebdomadaire ou mensuelle.

SECTION C: ETUDE APPROFONDIE DE L'ENTREPRISE- développez votre récit et le relier à votre entreprise



PROBLÈME ET SOLUTION

Quelle est la grande mission et la vision de votre entreprise? ⓘ (50 mots)*

Quelles sont les valeurs fondamentales de votre entreprise? (5 mots)*

Quel problème essayez-vous de résoudre? ⓘ (100 mots)*

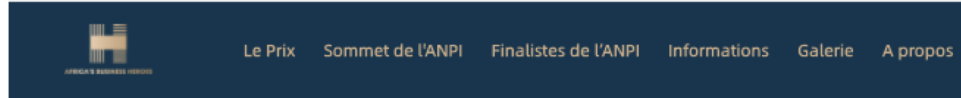
Qu'est-ce qui vous a motivé à résoudre ce problème? ⓘ (150 mots)*

Quelle est la solution de l'entreprise à ce problème? ⓘ (100 mots)*

Trucs et astuces

- **Essayez d'expliquer le problème que vous cherchez à résoudre.** Posez le problème, Expliquez comment le client aborde le problème et pourquoi les solutions actuelles ne sont pas efficaces. Pour ce faire, identifiez de façon spécifique le point de la solution actuelle qui est inefficace (par exemple, le coût, l'efficacité, la qualité) ainsi que le point sensible du client
- **Dites ce qui vous a motivé à créer votre entreprise et pourquoi vous cherchez à résoudre ce problème particulier.** Expliquez pourquoi il faut le résoudre - l'urgence, l'importance et l'ampleur du problème. Enfin, expliquez pourquoi vous vous êtes senti capable de résoudre le problème.
- **Montrez la valeur ajoutée de votre entreprise** - comment votre solution améliore-t-elle la vie du client ?
- **Si possible, donnez des exemples et les avis de certains clients**

Problème et solution: posez de manière concise le problème communautaire que votre entreprise cherche à résoudre



PROBLÈME ET SOLUTION

Quelle est la grande mission et la vision de votre entreprise? ⓘ (50 mots)*

Quelles sont les valeurs fondamentales de votre entreprise? (5 mots)*

Quel problème essayez-vous de résoudre? ⓘ (100 mots)*

Qu'est-ce qui vous a motivé à résoudre ce problème? ⓘ (150 mots)*

Quelle est la solution de l'entreprise à ce problème? ⓘ (100 mots)*

Quel problème cherchez-vous à résoudre ?

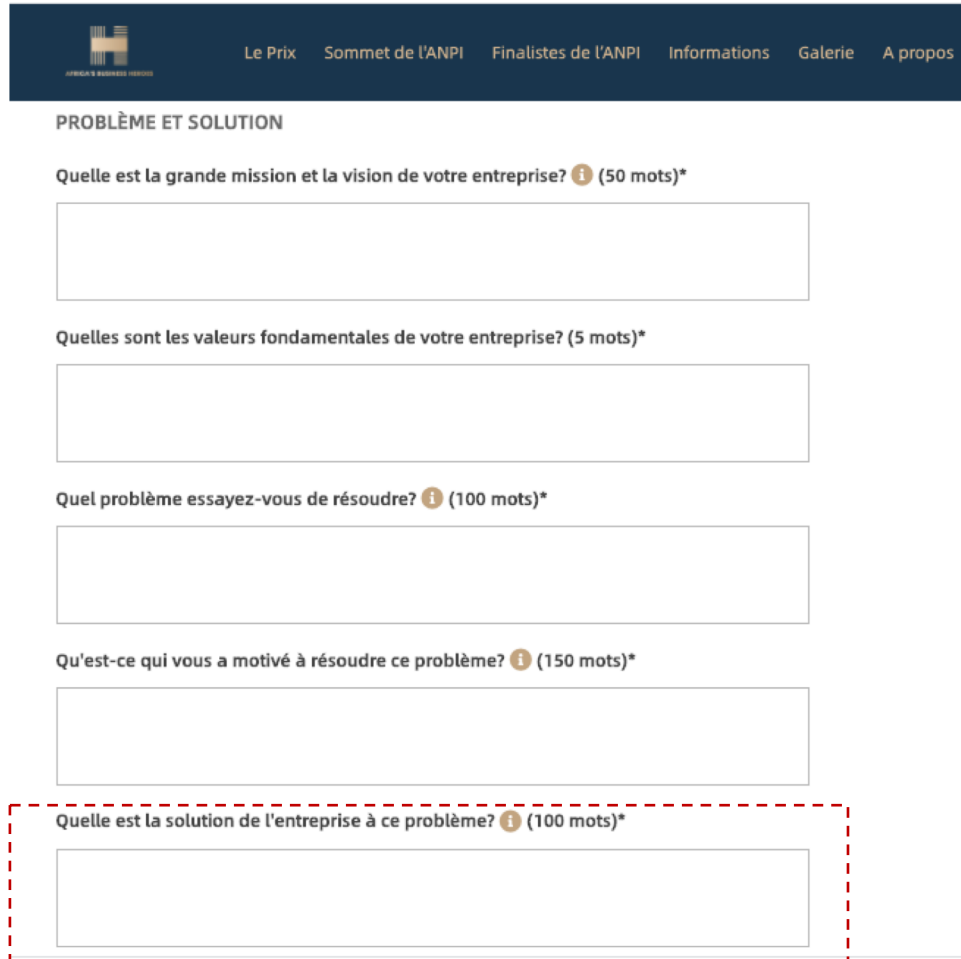
Une réponse pertinente:

- Posera clairement la nature du problème (par exemple, défaillance du marché, inefficacité), l'ampleur du problème ainsi que les personnes affectées:
- Il peut s'agir d'un échec observé dans un système / une chaîne de valeur spécifique ou d'un problème social ayant des conséquences négatives
- Présentera clairement le point faible
- Utilisera quelques données ou faits majeurs pour confirmer le problème et donner son l'ampleur

Une réponse moins pertinente:

- Ne sera pas précise sur la nécessité de résoudre le problème et sur les conséquences de la non résolution du problème
- Ne donnera pas de détails spécifiques sur les principaux aspects du problème
- N'identifiera pas clairement une opportunité qui peut être tirée à partir du problème

Problème et solution : Donnez plus d'explications sur la manière dont votre entreprise cherche à résoudre le problème que vous avez mentionné ci-dessus



AFRICA'S BUSINESS HEROES Le Prix Sommet de l'ANPI Finalistes de l'ANPI Informations Galerie A propos

PROBLÈME ET SOLUTION

Quelle est la grande mission et la vision de votre entreprise? ⓘ (50 mots)*

Quelles sont les valeurs fondamentales de votre entreprise? (5 mots)*

Quel problème essayez-vous de résoudre? ⓘ (100 mots)*

Qu'est-ce qui vous a motivé à résoudre ce problème? ⓘ (150 mots)*

Quelle est la solution de l'entreprise à ce problème? ⓘ (100 mots)*

Question : Quelle est la solution de votre entreprise pour résoudre ce problème?

Une réponse pertinente :

- Démontrera que ça marche - donnez des exemples
- Fera le lien avec le problème décrit dans la question précédente
- Présentera une description clairement structurée de la solution:
 - [Comment la solution change la dynamique du problème] + [Quel sera le résultat de la solution adoptée] + [l'impact pour les clients/bénéficiaires cibles]

Une réponse moins pertinente :

- Fera tout pour discuter de l'impact sans exposer comment le produit/service que vous proposez résout le problème, le lien ambigu entre la solution et le problème
- Se focalisera sur les aspects techniques de l'entreprise

Marché - taille, profil et dynamique : Estimez la taille de votre marché potentiel (1/3)



MARCHÉ - TAILLE, PROFIL, DYNAMIQUE

Qui est votre principal client et/ou utilisateur? ⓘ (25 mots)*

Quelle est la taille de votre marché potentiel? ⓘ (100 mots ou une image téléchargée e)*

Ou via une image montrant vos estimations:

10MB max, en JPG ou PNG

À combien de clients/utilisateurs actifs proposez-vous vos services? ⓘ *

Comment votre clientèle/groupe d'utilisateurs s'est-elle développée et/ou transformée depuis le début de vos activités? ⓘ (100 mots)*

Question: Quelle est la taille de votre marché potentiel

Une réponse pertinente :

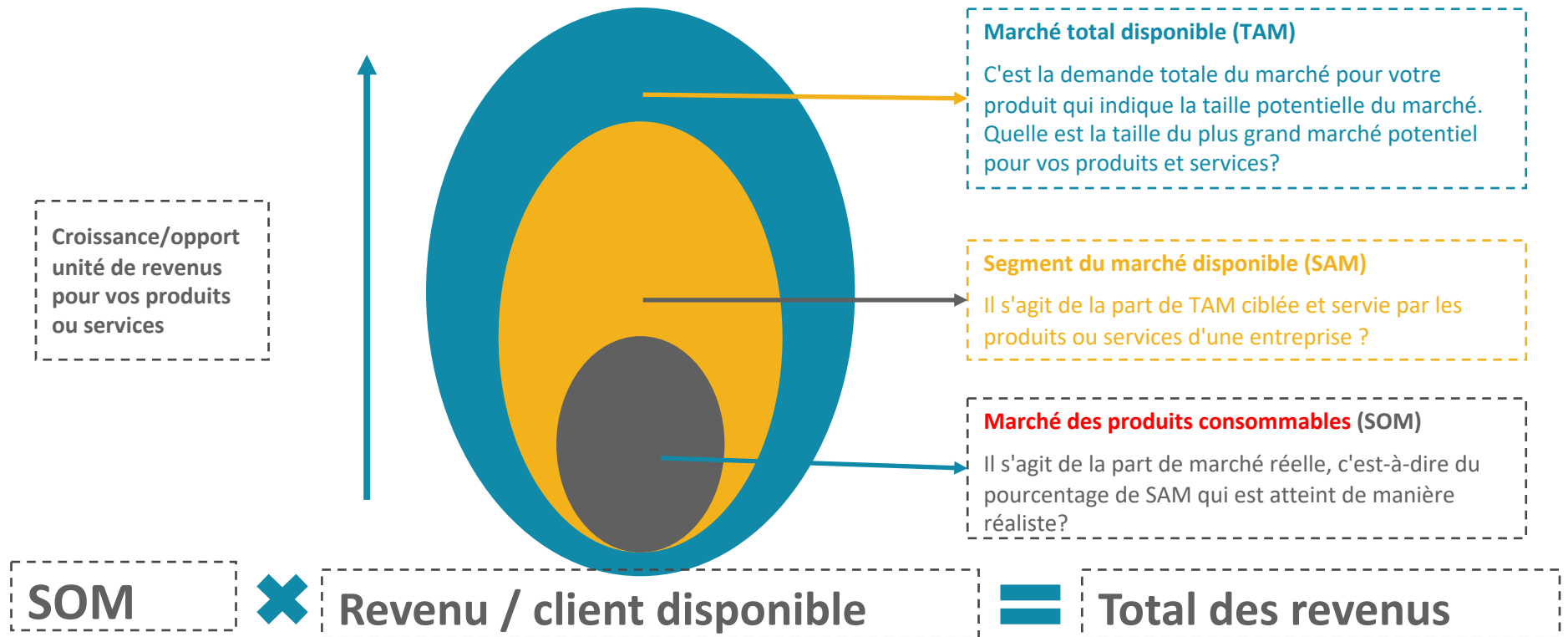
- Fournira des chiffres qui sont corroborés par des hypothèses logiques et des statistiques/estimations. S'appuiera sur des données de recensement et/ou des données de substitution pour identifier le nombre d'utilisateurs potentiels.
- Assurera une segmentation claire des clients cibles en fonction de l'opportunité / de la solution
- Démontrera l'adhésion/la croissance obtenue à ce jour, par exemple, les volumes de ventes, les abonnements, etc. et l'effet de levier pour les prévisions
- Utilisera un calcul de base adapté à votre modèle d'entreprise, par exemple **le revenu moyen par utilisateur x le nombre total de clients potentiels (réels) sur le marché cible.**

Une réponse moins pertinente :

- Présentera des hypothèses qui manque de liens logiques
- N'aura pas de données fiables justificatives
- Ne pourra pas démontrer la maîtrise du segment de la clientèle



Marché - taille, profil et dynamique : Estimez la taille de votre marché potentiel (2/3)



Par exemple

- Vous êtes producteur de jus de fruits.
- En 2019, les dépenses totales des consommateurs africains en matière d'alimentation (y compris la restauration, les boissons alcoolisées, les boissons non alcoolisées et les autres aliments) s'élevaient à 200 milliards de dollars. Cela représente le marché total disponible pour les denrées alimentaires.
- Cependant, le marché disponible pour les boissons non alcoolisées, que les producteurs de boissons alcoolisées ciblent et servent, est de 151 milliards de dollars. Comme le marché des boissons alcoolisées n'est pas un monopole, la part de marché d'une société produisant des boissons non alcoolisées ne peut jamais atteindre 100 % du SAM. Votre marché cible n'est PAS de 151\$.
- Votre marché potentiel est le Marché des produits consommables (SOM), que vous pouvez estimer sur la base de facteurs internes, tels que la capacité de production, les canaux de distribution, etc. et de facteurs externes, tels que la part de marché déjà accaparée par la concurrence.

La concurrence : Décrivez les caractéristiques particulières qui distinguent votre entreprise de ses concurrents



Le Prix Sommet de l'ANPI Finalistes de l'ANPI Informations Gal

CONCURRENCE

Qui/Quels sont vos concurrents? ⓘ (100 mots)*

Quelle est votre valeur ajoutée et votre avantage concurrentiel? ⓘ (150 mots)*

Quels sont les principaux risques de votre business? (100 mots)*

Question: Quelle est votre valeur ajoutée et votre avantage concurrentiel?

Une réponse pertinente :

- Va décrire comment votre produit/service répond à une demande du marché ou apporte un complément original à une solution qui existe déjà
- Fera référence à un aspect spécifique de votre modèle d'entreprise qui le rend unique (par exemple, l'approvisionnement en intrants, la technologie, les compétences de votre équipe ou le positionnement de votre produit sur le marché)

Une réponse moins pertinente :

- Sera simpliste- la réponse sera plus descriptive de la solution plutôt que de mettre en évidence les éléments d'opportunité de la solution;
- manquera de conviction sur la durabilité de l'avantage concurrentiel



Modèle d'entreprise : Soyez concis lorsque vous décrivez comment votre entreprise génère des revenus



MODÈLE D'ENTREPRISE

Quel est votre modèle de revenus? ⓘ (250 mots)*

Veuillez indiquer l'historique de vos revenus pour les trois dernières années.*

Nom

Montant du chiffre d'affaires



Quel est votre modèle de vente et de distribution? ⓘ *

Question: Quel est votre modèle de revenus?

Une réponse pertinente :

- Indiquera clairement les flux de revenus et la gamme de produits connexes proposés par l'entreprise
- Définira la structure des recettes (par exemple, est-elle périodique ou ponctuelle?)
- Indiquera comment le prix des services est établi (stratégie/politiques de fixation des prix)

Une réponse moins pertinente :

- Sera descriptif et essaiera d'aller trop en profondeur dans les chiffres
- Ne traitera pas des principales variables, c'est-à-dire « qui vous paie, combien paie-t-il, quelle est la fréquence et la raison de ce paiement? »
- Etablira des liens ambigus avec le modèle d'entreprise



Profil de l'équipe : Décrivez les insuffisances en RH qui entravent le bon fonctionnement de votre entreprise



PROFIL DE L'ÉQUIPE

Avez-vous d'autres partenaires commerciaux, cofondateurs ou directeurs, un conseil d'administration?*

Oui Non

Si oui, veuillez indiquer leurs noms, leurs rôles/positions, leurs contributions et leur valeur ajoutée ⓘ. (50 mots)*

Comment motiver et mobiliser votre équipe? (150 mots)*

Quels sont les plus besoins urgents et les insuffisances en matière de ressources humaines? (50 mots)*

Question: Quels sont les plus besoins urgents et les insuffisances en matière de ressources humaines?

Une réponse pertinente :

- Fera allusion au manque de compétences clés pour vos activités commerciales
- Démontrera que vous connaissez les compétences essentielles à la mission de votre entreprise
- Discutera des insuffisances qui, s'ils étaient comblés, contribueraient à réduire les coûts et à optimiser votre activité

Une réponse moins pertinente :

- Ne justifiera pas pourquoi le déficit de compétences est important;
- Ne soulignera pas l'importance des compétences pour la performance des entreprises
- Selon l'état de l'entreprise, il convient d'être prudent dans le référencement des compétences essentielles qui peuvent pousser le lecteur à remettre en cause la viabilité de l'entreprise

Impact : Décrivez l'effet positif que votre entreprise pourrait avoir sur ses clients et dans la société



IMPACT

Quel impact pensez-vous que votre entreprise crée actuellement pour la communauté dans laquelle elle opère? (125 mots)*

Quel impact pensez-vous que votre entreprise pourrait avoir ? (125 mots)*

PROJETS FUTURS

Quel est le plan quinquennal de l'entreprise ? (75 mots)*

What do you need to accelerate your business?(75 mots)*

Question: Selon vous, quel est l'impact que votre entreprise pourrait créer?

Une réponse pertinente:

- leur fera part des progrès réalisés et de l'impact qu'ils ont eu à ce jour?
- discutera de la manière dont le modèle d'entreprise transforme directement ou indirectement une condition existante
- restera cohérente avec la réponse précédente que vous avez fournie à la question "pourquoi vous avez créé l'entreprise"
- s'alignera sur votre modèle d'entreprise
- démontrera les spécificités de l'entreprise qui ont un impact direct et indirect (par exemple, la méthode de fabrication du produit ou l'effet du produit lui-même)

Une réponse moins pertinente :

- Décrira un impact dont la portée est limitée et qui ne modifie pas fondamentalement le contexte
- Sera trop vague dans sa description



Projets futurs : Décrivez brièvement comment vous comptez utiliser les fonds provenant du prix



PROJETS FUTURS

Quel est le plan quinquennal de l'entreprise ? (75 mots)*

What do you need to accelerate your business?(75 mots)*

Si vous deveniez un ANPI African Business Hero 2020, comment utiliseriez-vous les fonds? (100 mots)*

Question: Si vous devenez un Africa Business Hero de l'ANPI 2020, comment comptez-vous utiliser les fonds?

Une réponse pertinente :

- Etablira un lien précis entre les prévisions de croissance et l'utilisation suggérée des fonds
- Présentera l'utilisation des fonds, les effets/résultats et l'impact global, directement à partir de l'utilisation de ces fonds

Une réponse moins pertinente :

- Va tenter d'expliquer les catégories de dépenses spécifiques plutôt que les grandes catégories (par exemple, acheter des progiciels xyz ou investir dans des logiciels pour xyz)
- Proposera une utilisation qui ne correspond pas bien à la stratégie de croissance de l'entreprise
- Ira trop loin dans l'utilisation des fonds et présentera de manière artificielle l'impact/les avantages de l'utilisation des fonds