

/	Modèle conventionnel	Modèle en conscience
Diffusion du modèle	Dans la majorité des incubateurs et accélérateurs dans le monde, et dans les livres de création de startup	Commence à se diffuser au sein de startups à impact (écologie, social, etc.)
Les objectifs majeurs	Devenir une licorne, produire à grande échelle rapidement	Avoir un impact positif sur son écosystème, se développer soi-même
Etapas clés de développement	Créer une équipe, créer un prototype, l'adapter aux besoins de ses premiers clients, générer de la traction (chiffres démontrant que les clients l'achètent et reviennent ou le recommandent), puis lever des fonds pour grandir	Démarrer seul la plupart du temps, considérer sa place dans le monde et comment on souhaite contribuer, définir un produit/service, créer une communauté active, qui sera à même de contribuer financièrement si cela s'avère nécessaire
Produits et services	L'idée de départ vient de la constatation d'un problème, qu'il soit le sien ou celui de quelqu'un d'autre. L'équipe est au service de ses premiers clients afin de le faire évoluer. Elle fait souvent abstraction de ses propres besoins pour satisfaire le client	Le produit ou service prend en compte le bien commun. Les fonctionnalités et caractéristiques peuvent être adaptées mais en gardant toujours en tête l'impact et l'alignement avec les valeurs des membres
La gouvernance / organisation	Collaboration et performance. Organisation plutôt verticale mais avec une implication profonde de chacun	Coopération grâce à des outils d'intelligence collective et une gouvernance partagée. Chacun contribue à hauteur de ce qui est juste pour lui
Les partenaires	On séduit, on «vend» son idée et on tente de convaincre sur la base des fonctionnalités de ses produits	On parle de sa vision, de ses valeurs. Les partenaires sont impliqués dans une démarche de co-crédation
Les finances	La valorisation de la startup est un indicateur de son succès. L'argent doit arriver rapidement et en masse pour assurer une croissance. Parfois il s'agit d'un modèle non durable et il se retrouve sous perfusion	Les membres travaillent sur leur propre rapport à l'argent. L'argent est considéré comme un résultat de l'efficacité des actions et une ressource pour accroître son impact. On pense plutôt en termes de frugalité
Les indicateurs de suivi	Chiffre d'affaires, rétention, valorisation, nombre de salariés	Satisfaction clients, bonheur des membres impliqués, efficacité dans les processus
La concurrence	Régulièrement analysée, sous tous les angles, pour s'en inspirer. Vue comme un élément perturbateur à surveiller	Peu observée. Fait partie de l'écosystème, peut même être considérée comme un partenaire potentiel

/	Startup conventionnelle	Startup conscience
Le rapport au temps	Une course contre la montre. L'équipe doit se dépêcher d'accomplir chaque étape pour montrer son efficacité ainsi que le potentiel du projet aux investisseurs	Les membres font confiance au processus et à ce qui vient. Ils suivent le rythme des saisons, celui de l'entreprise et le leur
Le rapport à l'humain	C'est une ressource pour faire avancer un projet. Des moments conviviaux sont proposés	La notion d'amour est présente, pour les clients, collègues et partenaires. Via des outils d'intelligence collective, de nombreux temps de création de lien sont proposés. Chacun est présent dans son authenticité
Les avantages	Stimulant, permet de rapidement tester des modèles et mettre au monde des services utiles (ex Blablacar)	Permet un équilibre pour les individus et la planète, sans s'épuiser.
Les risques	Mettre beaucoup d'énergie dans un projet non viable et non utile à la société	Être focus sur le processus et la valeur ajoutée en oubliant parfois l'objectif
Mots clés	Acquisition client – rapidité – dominance - expansion	Harmonie – impact – création de valeur - intuition