

Voici quelques possibilités pour vous aider à trouver votre idée d'affaires:

- Profitez des **revirements** du marché au bon moment. Utilisez les nouvelles **modes**, les nouvelles **tendances** comme autant de possibilités ponctuelles. Elles sont portées à changer avec temps, mais peuvent s'avérer tout de même très intéressantes.
- **Profitez des différentes circonstances du marché**, comme des changements économiques, des progrès, des nouvelles lois, des problèmes écologiques, etc.
- Profitez des lacunes du marché en trouvant un produit ou un service où **la demande excède l'offre** et commercialisez ce produit ou ce service.
- **Transférez un concept ou une méthode à succès** établi dans un secteur précis à un secteur différent où ce concept ou cette méthode n'est pas utilisé et peut être adapté facilement.
- **Cernez les produits ou les services ayant un bon potentiel** mais n'ayant pas eu de succès. Tentez de cerner la ou les raisons pour lesquelles ce fut un échec, modifiez le produit ou le service selon ce ou ces raisons et tentez votre chance!
- **Inventez** tout simplement un nouveau produit ou service. Assurez-vous qu'il y ait une demande non-satisfaisante et assez grande pour ce genre de produit ou service.
- La notion d'**imitation**, de **modification** et d'**amélioration** d'un produit ou d'un service déjà existant, idéalement d'une idée à succès. Associées à ces dernières notions, il y a certaines techniques pour stimuler les idées : le remue-méninge, le concassage et la technique des organisateurs.
- Attardez-vous aux **irritants** ou aux **défauts** de la société. Ceux qui nous font réaliser que s'il y avait une solution à ces irritants ou à ces défauts beaucoup de gens l'achèteraient.
- **Le milieu des affaires**. Dans votre travail quotidien, il se peut que vous remarquiez des clients non-satisfaits, des manques existants ou des occasions d'affaires et pour qui vous pouvez créer un nouveau produit ou un nouveau service pour viser à les satisfaire. Il est aussi possible de **cibler un groupe particulier** de personnes ou d'entreprises de les analyser pour déterminer quels sont leurs besoins et ensuite introduire un produit ou service y répondant.
- **Les gens d'affaires** peuvent constituer des contacts uniques qui peuvent vous procurer de l'information précieuse à tous les stades du développement de votre d'entreprise. À vous de faire du réseautage et de constituer votre réseau de contacts!

---

(1) Source : M. Aubé, *Portail d'affaires des jeunes entrepreneurs (PAJE)* – Juillet 2006