
CONCEVOIR

TRANSFORMER DES IDÉES EN PROJETS.

Études de cas de

Paule-Marie Konan

Conceptrice de projets & de programmes

**SMALL
GRAINE**

Les meilleurs projets ne naissent pas d'une bonne idée.
Ils naissent d'une bonne conception.



ÉDITION 2026

SOMMAIRE

01. À propos

02. Ma philosophie

03. Ma méthode de conception

04. Études de cas

05. Ce que je peux concevoir

06. Collaborons

Note de confidentialité

Par respect pour les engagements de confidentialité pris auprès de certains partenaires et clients, plusieurs études de cas ont été volontairement anonymisées. Les problématiques, démarches et résultats présentés demeurent fidèles aux missions réalisées.

Derrière chaque projet se cache une idée. Derrière chaque idée se cache un problème à résoudre. C'est là que commence mon travail.

01. À propos



Je suis conceptrice de projets & de programmes.

Depuis toujours, ce qui me passionne n'est pas un secteur en particulier, mais le défi de partir d'une idée, d'un problème ou d'une feuille blanche pour concevoir quelque chose qui n'existait pas auparavant.

Comprendre une idée, poser les bonnes questions, connecter les informations, structurer une vision et la transformer en projet concret : c'est ce que je fais naturellement.

Au fil des années, j'ai appliqué cette même façon de penser à des contextes très différents : entrepreneuriat, éducation, innovation, développement international, stratégie, événementiel, agroalimentaire et transformation organisationnelle.

Cette diversité n'est pas un hasard.

Je ne me définis pas par un secteur d'activité. Je me définis par une façon de penser.

C'est cette même approche que j'applique lorsqu'il s'agit de concevoir un programme national, une marque, une initiative internationale, un système opérationnel ou un projet entrepreneurial.

À travers Small Graine et les projets que j'accompagne, mon ambition est simple :

Transformer des idées ambitieuses en projets structurés capables de créer un impact durable.

Derrière chaque projet se cache une idée. Derrière chaque idée se cache un problème à résoudre. C'est là que commence mon travail.

02. Ma philosophie

Je ne commence jamais par la solution.

Je commence par le problème.

Beaucoup de projets échouent non pas parce que l'idée est mauvaise, mais parce qu'elle n'a jamais été suffisamment clarifiée, structurée ou confrontée à ses contraintes.

Une idée peut être belle, ambitieuse, inspirante. Mais pour devenir un vrai projet, elle doit trouver une forme.

Elle doit répondre à un besoin. Elle doit s'inscrire dans un contexte. Elle doit être portée par une méthode. Elle doit pouvoir être comprise, expliquée, financée, déployée et améliorée.

C'est précisément là que mon travail commence.

Je conçois des projets pour donner une architecture aux idées.

Je conçois des programmes pour transformer une intention en parcours.

Je conçois des dossiers pour rendre une vision lisible et crédible.

Je conçois des initiatives pour créer des ponts entre des personnes, des organisations et des opportunités.

Pour moi, concevoir ne signifie pas seulement imaginer.

Concevoir, c'est comprendre. C'est structurer. C'est arbitrer. C'est renoncer à certaines options pour en rendre d'autres possibles. C'est transformer une idée encore floue en quelque chose qui peut réellement avancer.

Derrière chaque projet se cache une idée. Derrière chaque idée se cache un problème à résoudre. C'est là que commence mon travail.

03. Ma méthode de conception

Chaque projet est différent. Ma méthode, elle, suit toujours la même logique.

A. Comprendre

Avant de proposer quoi que ce soit, je cherche à comprendre le contexte, les objectifs, les contraintes, les publics concernés et les attentes réelles. Je ne crois pas aux solutions copiées-collées.

B. Explorer

Je pose des questions. Beaucoup de questions. Je cherche les angles morts, les incohérences, les opportunités, les risques et les informations manquantes. C'est souvent à ce stade que le vrai problème apparaît.

C. Structurer

Je transforme une réflexion dispersée en architecture claire : objectifs, publics, étapes, ressources, parties prenantes, modèle, livrables et priorités.

D. Concevoir

Je développe la solution adaptée au contexte. Selon les projets, cela peut prendre la forme d'un programme, d'un concept, d'un business model, d'un dossier stratégique, d'un parcours de formation, d'une initiative internationale ou d'un système opérationnel.

E. Formaliser

Je transforme la réflexion en livrables concrets : dossier, business plan, note conceptuelle, présentation, feuille de route, parcours pédagogique ou document stratégique. Le document final n'est jamais le cœur du travail. Il est la traduction visible de la réflexion.

Derrière chaque projet se cache une idée. Derrière chaque idée se cache un problème à résoudre. C'est là que commence mon travail.

04. Études de cas

Études de cas 1 : Concevoir un programme national d'entrepreneuriat destiné aux 12-21ans

Projet développé : Small Boost

Le problème

En Côte d'Ivoire, les dispositifs d'accompagnement à l'entrepreneuriat s'adressent majoritairement aux étudiants, aux jeunes adultes ou aux porteurs de projets déjà avancés.

Pourtant, de nombreux adolescents ont déjà des idées. Certains vendent de petits produits. D'autres imaginent des solutions. D'autres encore rêvent de créer quelque chose, sans avoir les mots, les outils ou le cadre pour structurer leur pensée.

Le problème n'était donc pas l'absence d'idées. Le problème était l'absence d'un parcours réellement adapté aux plus jeunes.

Small Boost est né de cette question : Pourquoi attendre que les jeunes deviennent adultes pour leur apprendre à penser, structurer et porter une idée entrepreneuriale ?

Le programme vise aujourd'hui à détecter, former et accompagner les plus jeunes entrepreneurs de Côte d'Ivoire, âgés de 12 à 21 ans.

Les questions qui ont guidé ma réflexion

- Un jeune de 12 ans apprend-il l'entrepreneuriat de la même manière qu'un adulte ?
- Quelles compétences faut-il développer avant même de parler de business plan ?
- Comment maintenir un niveau d'exigence élevé sans décourager les participants ?
- Comment évaluer la progression plutôt que simplement choisir une "bonne idée" ?
- Comment créer un cadre qui rassure les parents, motive les jeunes et attire des partenaires crédibles ?
- Comment transformer un concours en véritable parcours de formation ?

Les principes de conception

Former avant d'évaluer : je ne voulais pas simplement identifier les jeunes "les plus talentueux". Je voulais leur donner un cadre pour progresser avant d'être évalués.

Derrière chaque projet se cache une idée. Derrière chaque idée se cache un problème à résoudre. C'est là que commence mon travail.

Récompenser la progression, pas seulement l'idée : ce qui m'intéressait, c'était la capacité du jeune à comprendre son problème, structurer sa pensée, améliorer son projet, recevoir des retours et défendre sa vision.

Construire un parcours progressif : chaque session devait ajouter une brique. À la fin du programme, les participants ne devaient pas seulement avoir appris ; ils devaient avoir construit quelque chose.

Créer un écosystème autour des jeunes : mentors, jurys, partenaires, parents, sponsors, médias et entrepreneurs devaient contribuer à l'expérience.

Ce que j'ai conçu

J'ai conçu l'architecture globale du programme : le positionnement, le parcours pédagogique, le processus de candidature, les critères de sélection, le format des entretiens, le système de mentorat, les exercices pratiques, les critères d'évaluation, le modèle de partenariat, le dossier de sponsoring et la stratégie de déploiement national.

Les résultats

Small Boost est progressivement devenu une initiative structurée et reconnue. L'édition 2025 a touché plus de 1 000 élèves, reçu 45 candidatures, sélectionné 12 participants, accompagné 10 jeunes jusqu'au bout du parcours et réuni plus de 200 personnes lors de la finale.

L'édition 2026 marque une nouvelle étape avec un déploiement national, une ambition renforcée et plusieurs centaines de candidatures reçues.

Ce que j'ai appris

Small Boost m'a appris qu'un bon programme ne se conçoit pas seulement autour du contenu. Il se conçoit autour d'une expérience.

Il faut penser le parcours, les émotions, les étapes, les déclics, les difficultés, les moments de doute, les moments de validation et les relations entre toutes les parties prenantes.

Ce que cette étude de cas démontre

Cette étude de cas démontre ma capacité à partir d'un problème de société, concevoir un programme à partir d'une feuille blanche, créer un parcours pédagogique progressif, structurer un écosystème autour d'un public cible et transformer une initiative locale en programme à ambition nationale.

Derrière chaque projet se cache une idée. Derrière chaque idée se cache un problème à résoudre. C'est là que commence mon travail.

Études de cas 2 : Concevoir une logique d'automatisation pour une institution financière internationale

Le problème

Dans le cadre d'une expérience au sein d'une institution financière internationale, j'ai été confrontée à un processus complexe de traitement des dépenses liées aux missions professionnelles.

Le processus impliquait plusieurs étapes de vérification, des règles de conformité, des validations, des pièces justificatives, des exceptions et des interactions entre différents systèmes.

Une partie du travail était répétitive. Mais tout ne pouvait pas être automatisé.

La vraie question n'était donc pas : Comment automatiser ? La vraie question était : Quelles décisions peuvent être automatisées sans fragiliser le contrôle ?

Les questions qui ont guidé ma réflexion

- Quelles vérifications étaient réellement effectuées ?
- Quelles règles revenaient systématiquement ?
- Quelles exceptions nécessitaient encore une intervention humaine ?
- Quels risques pouvaient apparaître en cas d'automatisation ?
- Comment représenter un processus assez clairement pour qu'un robot puisse l'exécuter ?

Les principes de conception

Comprendre avant d'automatiser : je ne voulais pas partir de la technologie. Je voulais partir du processus réel.

Transformer les tâches en décisions : le processus n'était pas seulement une suite d'actions. C'était une suite de décisions.

Concevoir avec les équipes : la solution devait être pensée pour s'intégrer dans le travail des équipes, pas pour créer un système déconnecté de leur réalité.

Derrière chaque projet se cache une idée. Derrière chaque idée se cache un problème à résoudre. C'est là que commence mon travail.

Ce que j'ai conçu

J'ai préparé une note conceptuelle pour l'automatisation du traitement des claims de mission via SAP Concur. Le document présente l'objectif du projet, le processus actuel, les problèmes identifiés, les objectifs, le périmètre, les risques, les hypothèses et les considérations opérationnelles.

J'ai également modélisé un flowchart détaillé du processus d'automatisation, intégrant les règles de vérification, les erreurs possibles, les validations, les exceptions et les actions attendues du robot.

Les résultats

Le travail a permis de passer d'un processus complexe et largement manuel à une logique structurée pouvant servir de base à une solution RPA.

La note conceptuelle indiquait que la solution visait à réduire le temps de traitement, limiter les erreurs humaines, renforcer la conformité aux politiques internes et permettre aux agents de se concentrer sur les cas plus complexes.

Ce que j'ai appris

Cette mission a confirmé une conviction forte : un problème complexe devient plus simple lorsqu'on prend le temps de représenter clairement son fonctionnement.

Depuis cette expérience, je commence rarement par chercher une solution. Je commence par cartographier le système.

Ce que cette étude de cas démontre

Cette étude de cas démontre ma capacité à analyser un processus complexe, transformer des règles implicites en architecture claire, concevoir une logique opérationnelle, produire une documentation exploitable et faire le lien entre besoin métier et solution technique.

Derrière chaque projet se cache une idée. Derrière chaque idée se cache un problème à résoudre. C'est là que commence mon travail.

Études de cas 3 : Transformer une idée entrepreneuriale en dossier prêt à être présenté a des investisseurs

Le problème

Un entrepreneur disposait d'une opportunité dans le secteur de l'énergie et de la logistique en Afrique du Sud. Il avait déjà une idée de projet et un premier business plan.

Mais le document initial n'était pas encore au niveau attendu pour une présentation sérieuse à un investisseur.

Les informations étaient présentes, mais dispersées. Les hypothèses financières manquaient de clarté. Certains éléments essentiels à la crédibilité du projet n'étaient pas suffisamment structurés.

Le besoin réel n'était donc pas seulement de "réécrire" un business plan. Il fallait transformer une idée entrepreneuriale en dossier d'investissement lisible, cohérent et défendable.

Les questions qui ont guidé ma réflexion

- Quel était le modèle économique réel du projet ?
- Quelles sources de revenus étaient envisagées ?
- Quels éléments étaient déjà sécurisés ?
- Quels chiffres devaient être clarifiés ?
- Quels risques un investisseur identifierait immédiatement ?
- Quels éléments manquaient pour rendre le projet crédible ?

Les principes de conception

Clarifier avant d'embellir : un dossier investisseur ne doit pas seulement être beau. Il doit être solide.

Séparer ambition et crédibilité : les projections doivent rester défendables.

Produire deux niveaux de livrables : le dossier à présenter et l'analyse interne critique pour aider le client à renforcer son projet avant soumission.

Derrière chaque projet se cache une idée. Derrière chaque idée se cache un problème à résoudre. C'est là que commence mon travail.

Ce que j'ai conçu

J'ai restructuré le business plan autour d'une logique claire : executive summary, project overview, business model, revenue streams, investment structure, financial projections, timeline, risks and conclusion.

Le document final présente notamment un besoin de financement de R 9,790,000 (+340,000,000 FCFA) et un déploiement prévu en 12 à 24 semaines.

J'ai également produit une analyse financière interne mettant en évidence les incohérences et les risques du modèle présenté, notamment l'absence de marge carburant, le manque de modélisation du coût d'achat du fuel, l'absence de ramp-up, l'insuffisance de la contingence et le manque de preuves pour certaines sources de revenus.

Les résultats

Le client est reparti avec un business plan structuré, une lecture plus claire de son projet, une analyse des faiblesses à corriger et un document plus crédible pour engager des échanges avec des investisseurs.

Ce que j'ai appris

Cette mission m'a rappelé qu'un business plan ne doit jamais simplement vendre du rêve. Il doit préparer le projet à être challengé.

Un bon dossier ne cache pas les risques. Il les comprend, les structure et montre comment le porteur de projet compte les gérer.

Ce que cette étude de cas démontre

Cette étude de cas démontre ma capacité à partir d'un document faible pour le restructurer, poser les bonnes questions avant la rédaction, identifier les incohérences financières, renforcer la crédibilité d'un projet et produire à la fois un livrable de présentation et une note critique interne.

Derrière chaque projet se cache une idée. Derrière chaque idée se cache un problème à résoudre. C'est là que commence mon travail.

Études de cas 4 : Structurer une opportunité d'expansion internationale pour une grande banque africaine

Le problème

Un client disposait d'une opportunité de présenter la Côte d'Ivoire comme marché potentiel à un grand groupe bancaire africain.

Le défi était délicat. Il ne s'agissait pas de produire une simple présentation commerciale.

Il fallait construire un dossier stratégique suffisamment clair, factuel et professionnel pour permettre à l'interlocuteur bancaire d'évaluer l'intérêt du marché ivoirien.

Le document devait également cadrer le rôle d'intermédiation de Small Graine sans aller au-delà de son périmètre.

Les questions qui ont guidé ma réflexion

- Quels éléments rendent le marché ivoirien pertinent pour un acteur bancaire africain ?
- Quelles données faut-il présenter pour soutenir la réflexion ?
- Comment parler d'opportunité sans faire de recommandation bancaire formelle ?
- Comment positionner Small Graine dans un rôle de facilitation ?
- Comment construire un document sérieux sans exposer d'engagement prématuré ?

Les principes de conception

Rester factuel : le dossier devait être informatif et structuré, sans promesse excessive.

Clarifier le périmètre : Small Graine ne devait pas être présenté comme conseiller bancaire, juridique ou financier.

Préparer une décision : le document devait aider le destinataire à décider s'il souhaitait approfondir l'opportunité.

Ce que j'ai conçu

J'ai conçu un dossier stratégique de présentation du marché bancaire ivoirien.

Le document comprenait un résumé exécutif, une présentation du contexte, une analyse du marché bancaire ivoirien, une lecture stratégique non prescriptive, les opportunités exploratoires, le rôle de facilitation de Small Graine, les prochaines étapes et un cadre d'intervention.

Derrière chaque projet se cache une idée. Derrière chaque idée se cache un problème à résoudre. C'est là que commence mon travail.

Le dossier présente notamment le secteur bancaire ivoirien comme un marché structuré au sein de l'UEMOA, avec 32 établissements de crédit agréés, dont 28 banques, plus de 7,7 millions de comptes bancaires et un total bilan consolidé supérieur à 25 000 milliards FCFA.

Les résultats

Le client a obtenu un dossier professionnel permettant de présenter l'opportunité de manière structurée.

Le document permettait également de positionner Small Graine comme facilitateur institutionnel, tout en encadrant clairement les limites de son intervention.

Ce que j'ai appris

Cette mission m'a appris l'importance de la précision dans les dossiers stratégiques sensibles.

Dans certains projets, ce que l'on ne dit pas est aussi important que ce que l'on dit. Il faut savoir ouvrir une opportunité sans créer d'engagement prématuré.

Ce que cette étude de cas démontre

Cette étude de cas démontre ma capacité à structurer une opportunité internationale, organiser des données de marché, rédiger un dossier stratégique crédible, cadrer une mission d'intermédiation et travailler sur des sujets sensibles avec prudence et confidentialité.

Derrière chaque projet se cache une idée. Derrière chaque idée se cache un problème à résoudre. C'est là que commence mon travail.

Études de cas 5 : Concevoir une mission entrepreneuriale entre l'Afrique et l'Asie

Projet développé : Africa–Malaysia Entrepreneur Discovery Mission

Le problème

Les échanges entre l'Afrique et l'Asie du Sud-Est existent, mais ils restent souvent concentrés au niveau des gouvernements, grandes entreprises ou institutions.

Les entrepreneurs émergents, eux, ont peu d'occasions de rencontrer directement d'autres écosystèmes, de comprendre d'autres modèles d'affaires, de créer des relations et d'imaginer des collaborations concrètes.

Le défi était donc de concevoir une mission qui ne soit pas un simple voyage. Il fallait créer une expérience d'exposition, de relation et d'apprentissage entre entrepreneurs africains et malaisiens.

Les questions qui ont guidé ma réflexion

- Pourquoi connecter l'Afrique et l'Asie du Sud-Est maintenant ?
- Pourquoi la Malaisie est-elle une porte d'entrée pertinente ?
- Quels profils d'entrepreneurs devraient participer ?
- Comment éviter un programme trop protocolaire ?
- Comment créer des échanges utiles, humains et orientés vers des opportunités ?
- Quel rôle un partenaire local pouvait-il jouer ?

Les principes de conception

Culture → Confiance → Business : les relations d'affaires solides commencent souvent par une compréhension humaine et culturelle.

Petit groupe, conversations profondes : la mission devait privilégier une délégation restreinte pour permettre des échanges plus qualitatifs.

Apprentissage par exposition : le but n'était pas uniquement de former, mais d'exposer les entrepreneurs à un autre écosystème, à d'autres pratiques et à d'autres perspectives.

Derrière chaque projet se cache une idée. Derrière chaque idée se cache un problème à résoudre. C'est là que commence mon travail.

Ce que j'ai conçu

J'ai conçu une mission entrepreneuriale entre l'Afrique et la Malaisie, portée par Small Graine, avec l'idée de construire des ponts entre entrepreneurs africains et asiatiques.

La note conceptuelle développe notamment le contexte personnel et stratégique, les raisons du choix de la Malaisie, la vision de la mission, les objectifs, la structure de la délégation, les activités possibles, le rôle du partenaire local, les résultats attendus et la vision long terme.

Les résultats attendus

La mission vise à générer de nouvelles relations entre entrepreneurs africains et malaisiens, une meilleure compréhension des écosystèmes, des pistes de collaboration, une documentation de l'expérience et une base pour de futures initiatives Afrique-ASEAN.

Ce que j'ai appris

Cette mission m'a appris qu'un voyage professionnel n'a de valeur que lorsqu'il est conçu comme une expérience.

Le lieu ne suffit pas. Il faut définir le sens, les profils, les rencontres, les formats d'échange et les résultats attendus.

Ce que cette étude de cas démontre

Cette étude de cas démontre ma capacité à concevoir une initiative internationale, créer un pont entre deux écosystèmes, transformer une vision personnelle en projet structuré, penser une expérience au-delà de la logistique et articuler relations, apprentissage et opportunités business.

Derrière chaque projet se cache une idée. Derrière chaque idée se cache un problème à résoudre. C'est là que commence mon travail.

Études de cas 6 : Concevoir une marque ivoirienne de boissons naturelles

Projet développé : Moliba Fresh

Le problème

Le marché des boissons locales en Côte d'Ivoire est riche, mais souvent marqué par une faible structuration de marque.

Beaucoup de jus locaux sont appréciés pour leur goût, mais peu sont pensés comme des marques capables de raconter une histoire, de créer une expérience et de se positionner clairement.

Avec Moliba Fresh, le défi était de concevoir une marque de boissons naturelles ivoirienne à la fois locale, fraîche, accessible et mémorable.

Les questions qui ont guidé ma réflexion

- Comment créer une marque de jus qui soit locale sans paraître artisanale au mauvais sens du terme ?
- Comment rendre des saveurs familières plus désirables ?
- Comment positionner un produit simple dans un univers de marque plus fort ?
- Quel prix permettrait de rester accessible tout en couvrant les coûts ?
- Comment créer un produit qui donne envie d'être racheté ?

Les principes de conception

Partir du goût, mais ne pas s'arrêter au goût : une boisson peut être bonne sans devenir une marque.

Rester local : la marque devait assumer son ancrage ivoirien et valoriser des goûts familiers avec une approche plus structurée.

Tester avant d'industrialiser : Moliba a aussi été un terrain d'apprentissage sur les coûts, les volumes, les recettes, les marges, la production et la réalité opérationnelle.

Ce que j'ai conçu

J'ai conçu l'univers de la marque Moliba Fresh : le positionnement, les premières saveurs, l'esprit de la marque, le ton, la logique de gamme, les premiers tests de production, les réflexions sur les prix, les fiches de production et les ajustements après lancement.

Derrière chaque projet se cache une idée. Derrière chaque idée se cache un problème à résoudre. C'est là que commence mon travail.

Les résultats

Moliba a permis de transformer une idée de boisson locale en marque identifiable.

Le projet a également servi de terrain d'apprentissage concret sur la production, les coûts, les marges, le pricing, l'organisation opérationnelle et la difficulté de passer d'un produit apprécié à un modèle rentable.

Ce que j'ai appris

Moliba m'a appris que la créativité ne suffit pas. Un produit peut être aimé sans être rentable. Une marque peut être belle sans être bien organisée.

Ce projet m'a permis de comprendre de manière très concrète l'importance des systèmes, des coûts, de la rigueur opérationnelle et du modèle économique.

Ce que cette étude de cas démontre

Cette étude de cas démontre ma capacité à concevoir une marque à partir d'un produit simple, penser positionnement, identité et expérience, tester un concept sur le terrain, apprendre d'un lancement imparfait et transformer des erreurs opérationnelles en enseignements stratégiques.

Derrière chaque projet se cache une idée. Derrière chaque idée se cache un problème à résoudre. C'est là que commence mon travail.

Études de cas 7 : Structurer les fondations opérationnelles d'un cabinet en forte croissance

Le problème

Lorsqu'une organisation se lance ou grandit rapidement, le défi n'est pas seulement de trouver des clients. Il faut construire les fondations internes qui permettront à l'équipe de fonctionner.

Dans le cadre d'une expérience au sein d'un cabinet en phase de structuration, le besoin était de soutenir la mise en place des premières bases opérationnelles, administratives et organisationnelles.

Le cabinet était en construction. Il fallait faire avancer plusieurs sujets en même temps.

Les questions qui ont guidé ma réflexion

- Qu'est-ce qui bloque le fonctionnement quotidien ?
- Quelles priorités doivent être traitées immédiatement ?
- Quels processus doivent être mis en place ?
- Comment soutenir la croissance sans créer du désordre ?
- Comment faire en sorte que l'équipe puisse travailler plus efficacement ?

Les principes de conception

Construire pendant que l'organisation avance : dans une jeune structure, on n'a pas toujours le luxe de tout formaliser avant d'agir.

Résoudre les problèmes du quotidien : l'opérationnalisation consiste souvent à traiter des problèmes très concrets.

Créer de la stabilité : l'objectif n'était pas seulement d'exécuter des tâches, mais d'aider l'organisation à devenir plus stable, plus lisible et plus fonctionnelle.

Ce que j'ai contribué à structurer

J'ai contribué à la mise en place des activités d'opérationnalisation du cabinet, notamment sur des sujets administratifs, organisationnels et de coordination.

Mon rôle consistait à soutenir la structuration progressive de l'organisation pendant sa croissance. Au départ, l'équipe était très réduite. Au moment de mon départ, elle comptait plus de 30 collaborateurs.

Derrière chaque projet se cache une idée. Derrière chaque idée se cache un problème à résoudre. C'est là que commence mon travail.

Les résultats

Cette expérience m'a permis de participer à la structuration d'une organisation en croissance rapide.

Elle m'a aussi permis de comprendre ce qui me stimule le plus : les phases de lancement, de construction, de structuration et de résolution de problèmes.

Ce que j'ai appris

J'ai appris que je suis particulièrement stimulée par les environnements où tout est encore à construire.

En revanche, lorsque le projet entre dans une phase purement répétitive ou administrative, mon énergie diminue.

Cette expérience m'a aidée à mieux comprendre mon propre fonctionnement professionnel : je suis faite pour concevoir, structurer et construire les premières architectures d'un projet ou d'une organisation.

Ce que cette étude de cas démontre

Cette étude de cas démontre ma capacité à contribuer à la structuration d'une organisation, travailler dans un environnement en croissance, résoudre des problèmes opérationnels, accompagner une phase de lancement et comprendre les besoins internes d'une structure en développement.

Derrière chaque projet se cache une idée. Derrière chaque idée se cache un problème à résoudre. C'est là que commence mon travail.

Études de cas 8 : Concevoir un concours artistique universitaire durable

Le problème

En milieu universitaire, les talents artistiques existent souvent, mais ils manquent parfois d'espaces structurés pour être révélés, valorisés et célébrés.

En 2015, l'enjeu était de créer un concept capable de rassembler, faire participer et donner une scène aux talents artistiques d'une université.

Le défi n'était pas seulement d'organiser un événement. Il fallait concevoir un format suffisamment fort pour durer.

Les questions qui ont guidé ma réflexion

- Comment donner envie aux étudiants de participer ?
- Comment créer un événement qui ne soit pas seulement un spectacle ?
- Comment structurer la compétition ?
- Comment valoriser différents talents ?
- Comment créer un rendez-vous que l'université pourrait reprendre après la première édition ?

Les principes de conception

Créer un cadre, pas seulement une scène : le talent a besoin d'un espace pour s'exprimer, mais aussi d'un cadre pour être reconnu.

Donner une identité au concours : un événement durable doit avoir une identité claire.

Penser au-delà de la première édition : dès le départ, l'idée n'était pas seulement de créer un événement ponctuel.

Ce que j'ai conçu

J'ai conceptualisé et créé un concours de talents artistiques au sein de l'Université Internationale de Grand-Bassam.

Le concours a été pensé comme une plateforme permettant aux étudiants de présenter leurs talents et de participer à une expérience collective.

Derrière chaque projet se cache une idée. Derrière chaque idée se cache un problème à résoudre. C'est là que commence mon travail.

Les résultats

Le concours a continué à exister plusieurs années après sa création.

Pour moi, c'est l'un des signes les plus forts de la qualité d'un concept : lorsqu'il peut survivre au-delà de la personne qui l'a initié.

Ce que j'ai appris

Ce projet m'a appris qu'un bon concept est transmissible.

Lorsqu'un projet est bien pensé, d'autres personnes peuvent se l'approprier, le faire vivre et le faire évoluer.

Ce que cette étude de cas démontre

Cette étude de cas démontre ma capacité à concevoir une expérience artistique, créer un format durable, structurer une initiative en milieu universitaire et imaginer un projet qui peut être repris et prolongé par d'autres.

Derrière chaque projet se cache une idée. Derrière chaque idée se cache un problème à résoudre. C'est là que commence mon travail.

Études de cas 9 : Concevoir des expériences événementielles à fort impact

Le problème

Dans certains événements, l'enjeu ne se limite pas à organiser un programme. Il faut créer un moment. Une émotion. Une entrée. Une atmosphère.

Dans le cadre de projets artistiques et spirituels, notamment autour d'événements d'église et d'ouvertures créatives de concerts, le défi était de concevoir des introductions et expériences capables de porter un message, une énergie et une intention.

Les questions qui ont guidé ma réflexion

- Quel message doit être ressenti avant d'être compris ?
- Quelle émotion veut-on créer ?
- Quel rythme doit porter l'entrée ?
- Comment relier musique, scène, message et public ?
- Comment créer un moment qui reste cohérent avec l'identité de l'événement ?

Les principes de conception

Penser l'expérience avant le contenu : une ouverture n'est pas seulement une introduction. C'est une porte d'entrée émotionnelle.

Créer une cohérence : le visuel, la musique, le mouvement, les mots et l'ambiance doivent raconter la même chose.

Servir le message : la créativité ne doit pas détourner l'attention du message. Elle doit l'amplifier.

Ce que j'ai conçu

J'ai participé à la conception d'introductions créatives pour des concerts, notamment dans un rôle d'assistante à la direction artistique, ainsi qu'à la conception d'expériences pour des événements d'église.

J'ai également créé des musiques et contribué à structurer des moments artistiques pensés pour porter une intention précise.

Les résultats

Ces projets m'ont permis d'explorer une autre dimension de la conception : celle de l'expérience émotionnelle.

Derrière chaque projet se cache une idée. Derrière chaque idée se cache un problème à résoudre. C'est là que commence mon travail.

Ils ont renforcé ma capacité à penser au-delà du contenu rationnel et à intégrer l'atmosphère, le rythme, la narration et le ressenti.

Ce que j'ai appris

J'ai appris qu'un projet peut être très structuré tout en restant sensible.

La conception ne concerne pas seulement les documents, les programmes ou les systèmes. Elle concerne aussi les expériences humaines.

Ce que cette étude de cas démontre

Cette étude de cas démontre ma capacité à concevoir une expérience, traduire une intention en moment scénique, travailler avec des dimensions créatives et émotionnelles et relier message, rythme, public et atmosphère.

05. Ce que je peux concevoir

a. Programmes

Programmes de formation, d'accompagnement, d'impact, de leadership, d'entrepreneuriat ou d'innovation.

b. Projets stratégiques

Structuration de projets entrepreneuriaux, institutionnels, internationaux ou organisationnels.

c. Concepts

Création de concepts de marques, d'initiatives, d'événements, de services ou de modèles économiques.

d. Dossiers stratégiques

Business plans, notes conceptuelles, dossiers investisseurs, présentations exécutives, dossiers d'opportunité et documents de facilitation.

e. Expériences

Parcours d'apprentissage, expériences événementielles, programmes immersifs, missions internationales et expériences utilisateurs.

f. Écosystèmes

Conception de modèles reliant bénéficiaires, partenaires, sponsors, mentors, institutions et publics cibles.

Derrière chaque projet se cache une idée. Derrière chaque idée se cache un problème à résoudre. C'est là que commence mon travail.

06. Collaborons

Vous avez une idée importante, une opportunité à structurer, un programme à concevoir ou un projet à rendre plus clair ?

Je peux vous accompagner dans la phase où tout commence : celle où l'idée doit devenir un projet.

Je peux intervenir pour clarifier une vision, structurer une idée, concevoir un programme, formaliser un dossier stratégique, développer un concept, construire une feuille de route ou repenser une initiative existante.

Si vous souhaitez transformer une idée, un défi ou une vision en projet structuré, je serais ravie d'en discuter.

Email : info@smallgraine.com

Derrière chaque projet se cache une idée. Derrière chaque idée se cache un problème à résoudre. C'est là que commence mon travail.