

HAUTE ÉCOLE  
**EPHEC**

Le chemin pratique vers la réussite

# The stimulation of an entrepreneurial mindset in a Business school : some good examples



B. Brooijmans, Haute Ecole EPHEC  
b.brooijmans@ephec.be



# **AN ENTREPRENEURIAL MINDSET?**

# What is it?

- The set of attitudes, skills and behaviours that students need to succeed academically, personally and professionally.

- initiative and self-direction
- risk-taking
- flexibility and adaptability
- creativity and innovation
- critical thinking and problem solving
- innovation
- resourcefulness
- the creation of value

- → Stimulating this mindset is an essential task of a Business School
- What are we doing at Haute Ecole EPHEC University College?
  - Business & technical degrees



# STRUCTURE AT EPHEC

# Pedagogical approach

open

practical

differentiated

entrepreneurial

proximity

professionalizing



## EPHEC ENTREPRENDRE@Bxl

### Woluwe

Avenue K. Adenauer 3  
1200 Bruxelles  
02 772 65 75

[www.ephec.be](http://www.ephec.be)

### ISAT Schaerbeek

Boulevard Lambert 17  
1030 Bruxelles  
02 242 37 80

## Ephec Entreprendre

→ Target: Entrepreneurial students  
Entrepreneurial label

## EPHEC ENTREPRENDRE

### Louvain-la-Neuve

[www.ephec.be](http://www.ephec.be)

Avenue du Ciseau 15  
1348 Louvain-la-Neuve  
010 47 53 90



Agence  
pour l'Entreprise  
& l'Innovation



PLAN  
MARSHALL  
4.0



BRUXELLES ÉCONOMIE ET EMPLOI  
BRUSSEL ECONOMIE EN WERKGELEGENHEID  
SERVICE PUBLIC RÉGIONAL DE BRUXELLES  
GEWESTELIJKE OVERHEIDSDIENST BRUSSEL



1819

.brussels





# Aim

---

**organizing entrepreneurial activities**

---

→ **stimulate entrepreneurial mindset**

---

Also:

---

→ **Highlighting the entrepreneurs**  
(current students and alumni)

---

→ **Communicating** about the activities



# **STIMULATE ENTREPRENEURIAL MINDSET**

# Posters of Business Model canvas → used for teaching & coaching

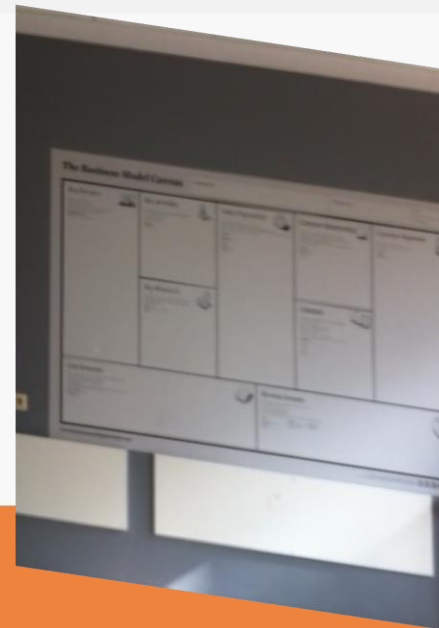
## The Business Model Canvas

<b>Partenaires Clés</b> Qui sont nos partenaires clés ? Qui sont nos fournisseurs clés ? Quelles ressources sont acquises via nos partenaires ? Quelles activités clés réalisent nos partenaires ? <b>INDICATEUR DU PARTENARIAT</b> Automatisation d'Exécution Réduction des risques et incertitudes Acquisition de ressources ou activités spécifiques		<b>Activités Clés</b> Quelles activités clés sont nécessaires pour : Notre proposition de valeur ? Nos canaux de distribution ? Nos relations clients ? Nos sources de revenus ? <b>CATÉGORIES</b> Production Résolution de problèmes Programme d'Exécution		<b>Proposition de Valeur</b> Quelle valeur délivrons-nous au client ? Quels besoins clients satisfaisons-nous ? Quelle problématique client adressons-nous à résoudre ? Quelle offre proposons-nous à chaque segment client ? <b>CARACTÉRISTIQUES</b> Nouveauté Performance Personnalisation « Make it a complete » Design Marque / Association Prix Réduction de coûts Réduction de risques Accessibilité Utilité / Connexion		<b>Relation Client</b> Quelle relation chaque segment client souhaite-t-il que nous établissions et maintiendrons avec lui ? Lesquelles actions nous étudions ? Lesquelles sont-elles intégrées dans notre modèle économique ? Quel est leur coût ? <b>EXEMPLES</b> Assistance personnalisée Assistance personnalisée dédiée Self-service Service automatisé Communauté Co-vente		<b>Segments Clients</b> Pour qui créons-nous de la valeur ? Qui sont nos principaux clients ? <b>EXEMPLES</b> Marchés de masse Marchés de niche Marchés segmentés Marchés diversifiés Plateaux de niche	
		<b>Ressources Clés</b> Quelles ressources clés sont nécessaires pour : Notre proposition de valeur ? Nos canaux de distribution ? Nos relations clients ? Nos sources de revenus ? <b>TYPES DE RESSOURCES</b> Humaines Infrastructurelles (logistique, matériel, outils, données) Financières Physiques				<b>Canaux de distribution</b> À travers quels canaux nos segments clients souhaitent-ils être atteints ? Comment les atteignons-nous ? Quel est le niveau d'intégration de nos canaux ? Lesquels sont les plus rentables ? Comment nous intégrons-nous avec les habitudes clients ? <b>PRINCIPES</b> 1. Spécialisation 2. Comment pouvons-nous mieux faire connaître notre offre ? 3. Intégration Comment utiliser-nous le effet d'habillage notre proposition de valeur ? 4. Ad-hoc Comment pouvons-nous nous adapter d'acquiescer nos produits et services ? 5. Distribution Comment différencier-nous notre proposition de valeur aux clients ? 6. Service après-vente Comment fournissons-nous un service après-vente ?			
<b>Structure de Coûts</b> Quels sont les coûts les plus importants inhérents à notre modèle économique ? Quelles sont les ressources clés les plus coûteuses ? Quelles sont les activités clés les plus coûteuses ? <b>NOTRE MODÈLE ÉCONOMIQUE EST-IL FLUIDE ?</b> A-t-il un bon ratio entre les coûts et les revenus ? A-t-il un bon ratio entre les coûts et les revenus ? A-t-il un bon ratio entre les coûts et les revenus ? A-t-il un bon ratio entre les coûts et les revenus ? <b>EXEMPLE DE CARACTÉRISTIQUES</b> Coûts variables Coûts fixes Coûts de gestion				<b>Sources de Revenus</b> Pour quelle valeur ajoutée nos clients sont-ils prêts à payer ? Pour quelle offre paient-ils actuellement ? Quelle est la fréquence de paiement ? Comment préférons-ils payer ? Quelle est la part de chaque source de revenus sur le revenu global ? <b>TYPES</b> Coût de base Coût d'utilisation Coût de location / Coût d'usage Coût de gestion Coût de maintenance Coût de distribution <b>PRIX FIXES</b> Prix fixe Dépendant des options de produit Dépendant de segment client Dépendant de volume <b>PRIX VARIABLES</b> Supplément pour livraison Gestion de la rentabilité Marché émergent					

[www.businessmodelgeneration.com](http://www.businessmodelgeneration.com)

Traduction française proposée par  
<http://www.etcherpickford.com/>

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License.  
To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>  
or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.



# PROJECT COURSES



## Bachelor Law

« Once upon a time there was law »

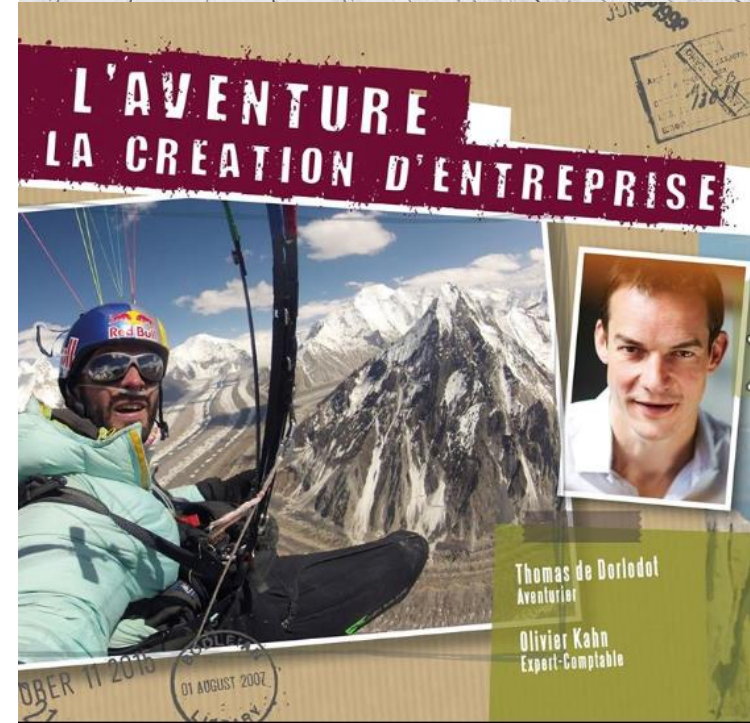
- Discover the sources of law while analysing a law proposal
- 1st year students



# Bachelor Accounting

## « Setting up of a company »

- Setting up of a company
- 2<sup>nd</sup> year students



# Bachelor Accounting: Management case

- 3rd year students
- Observe and interpret management realities
  - Assess management maturity
  - Evaluation Cost-accounting
  - Follow-up of reporting and dashboards





# Bachelor Marketing: Creacteam

- Launching a new product on the market in collaboration with a firm
- 1st year students





# Bachelor Marketing: Challenge

- 2nd year students are challenged by a company



# Bachelor Marketing:

- 3rd year Project
  - Setting up of an SME (
  - Retail challenge
  - International Business Development
  - Creation of a communication campaign

# Entrepreneurship and innovation

- Starting-up of an SME
- 3<sup>rd</sup> year students
- Final assessment by a jury





# SME Fair

- Organized by 3rd year students Marketing, specialization Entrepreneurship and innovation
- Visited by 1st & 2<sup>nd</sup> year students during their courses



# Bachelor ICT: YEP Project

- YEP = Young Enterprise Project
- Create and develop and innovating project
- 3rd year students



# Projects 3rd year students: coaching

- Marketing & Finance students
  - Marketing & ICT students
- Get help for their projects (courses)
- Start joint projects



# Entrepreneurial project

- 2<sup>nd</sup> year ICT, Finance and Marketing students
- Choice between different projects
- Work for companies or are a company
  - Business game
  - Development of a new packaging
  - Design a digital campaign







# Lectures & activities

# Activity: How I met my cofounder?

- Networking
- Exchanging ideas
- Exchanging expertise

→ stimulation



HowIMetMyCofounders

**CPHEC**  
Louvain-la-Neuve

Avenue du Claret, 15  
B-1348 Louvain-la-Neuve  
+32 (0)10 47 53 90  
cphec-entreprendre@cphec.be  
www.cphec.be

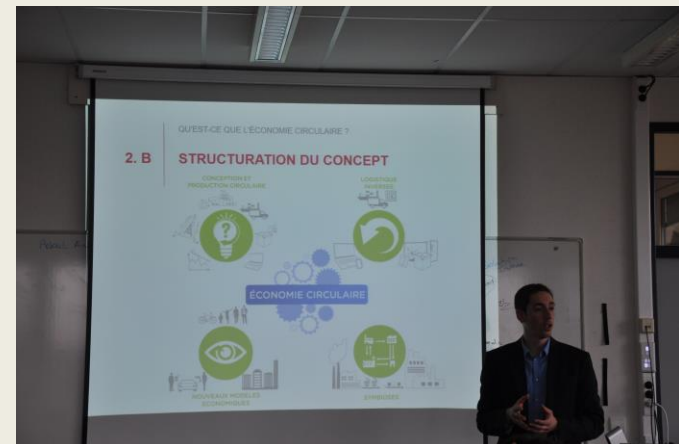
**EPHEC ENTREPRENDRE**

# Activity: Strategic Intelligence Game



# Activity: Business game Circular economy

- Understand circular economy
- Create new ideas of Business Models
- Better understanding of cooperation within a company



**These were some  
examples among many  
activities organized in  
our institution**

---





# ENTREPRENEURIAL STUDENTS

# Entrepreneurial students

- Identify the talents, create and develop their companies
- Make them benefit from an Entrepreneurship route (wikipreneurs)



- Entrepreneurial support (individual and collective)
  - Advice
  - Coaching sessions (Ephec lecturers and experts)
  - Lectures
- Get access to coworking spaces
  - Benefit from experience of others
  - Participate their activities
  - Training sessions
  - Networking
- Special status



To obtain this, they need to be **selected**

- Pitch their project
- Be accepted

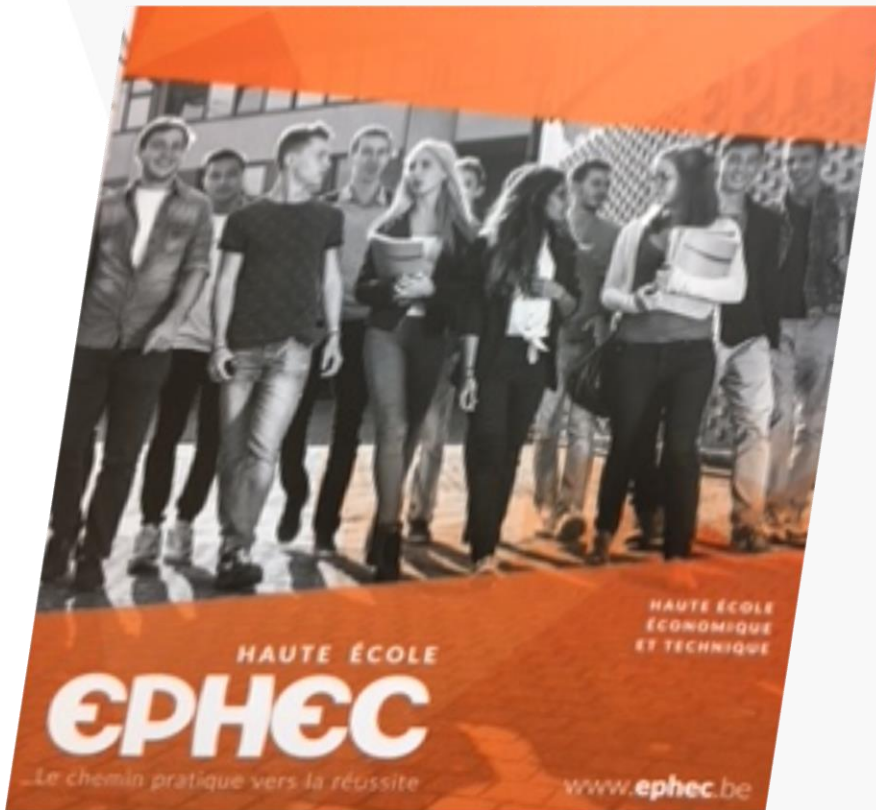
By a selection committee

**Yncubator**  
Young Entrepreneurs Lab





# COMMUNICATION



- Creation of an « entrepreneur wall »
- Facebook page
- Information in aula
- Mailing
- Intranet
- TV
- Labeled files & roll-ups



**Alexandra KERCKHOF**

Promotion 2003 – Marketing

[www.cupcakebabies.eu](http://www.cupcakebabies.eu)



### Articles pour bébés/enfants

Cupcake Babies a pour vocation de satisfaire aux exigences des parents modernes: apporter des produits novateurs, colorés et pratiques. Cupcake Babies est avant tout une marque de puériculture novatrice et abordable. La marque se décline en 3 collections: "Pour le bain", "Bonne nuit" et "À table".


## Entrepreneur wall



# Contest 'Ephec Entreprendre'

- Highlight a former student who has set up his own company





Thank you for your attention  
I would be more than happy to exchange  
good practices with you