

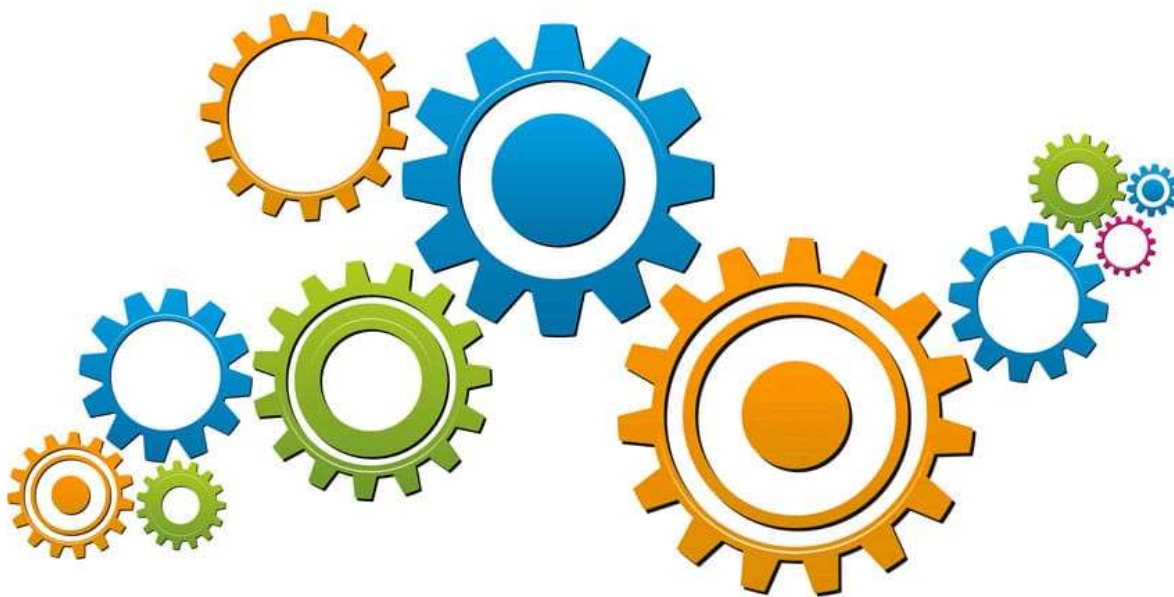


Université de Jijel
Faculté des Sciences et de la Technologie
Département d'automatique

Projet Professionnel et Gestion des Entreprises

Cours

Dr. Fares Nafa



Sommaire

Chapitre 1 –Préparation opérationnelle à l’emploi _____ 1

Rédaction de la lettre de motivation et élaboration du CV, Entretien d’embauche, ..., Recherche Documentaire sur les métiers de la filière, Conduite d’interview avec les professionnels du métier et Simulation d’entretiens d’embauches.

Chapitre 2 - Entreprendre et esprit entrepreneurial _____ 6

Entreprendre, Les entreprises autour de vous, La motivation entrepreneuriale, Savoir fixer des objectifs, Savoir prendre des risques.

Chapitre 3 - Le profil d’un entrepreneur et le métier d’Entrepreneur _____ 13

Les qualités d’un entrepreneur, Savoir négocier, Savoir écouter, La place des PME et des TPE en Algérie, Les principaux facteurs de réussite lors de la création d’une TPE/PME.

Chapitre 4 - Trouver une bonne idée d’affaires _____ 20

La créativité et l’innovation, Reconnaître et évaluer les opportunités d’affaires.

Chapitre 5–Lancer et faire fonctionner une entreprise _____ 24

Choisir un marché approprié, Choisir l’emplacement de son entreprise, Les formes juridiques de l’entreprise, Recherche d’aide et de financement pour démarrer une entreprise, Recruter le personnel, Choisir ses fournisseurs.

Chapitre 6 - Elaboration du projet d’entreprise _____ 31

Le Business Model et le Business Plan, Réaliser son projet d’entreprise avec le Business Model.

Chapitre 1

Préparation opérationnelle à l'emploi

- Rédaction de la lettre de motivation et élaboration du CV,
- Entretien d'embauche
- Recherche Documentaire sur les métiers de la filière,
- Conduite d'interview avec les professionnels du métier et Simulation d'entretiens d'embauches.

1.1. Introduction

Pour un nouveau diplômé, son prochain souci est de décrocher un poste de travail ou de créer une activité en relation direct avec son diplôme. Pour arriver à cet objectif, une préparation opérationnelle s'impose par :

- *La rédaction de la lettre de motivation et du CV est d'une importance capitale. Une bonne rédaction de ces deux documents facilite la compréhension du service concerné sur le besoin exprimé par le demandeur.*
- *Une préparation à l'entretien d'embauche. Cela demande de défendre avec confiance ses connaissances et ses compétences et aussi sa capacité de s'adapter au travail.*
- *s'informer sur les filières de son métier et les différents organismes en relation avec son domaine.*

1.2. Lettre de motivation

Une lettre de motivation représente une demande manuscrite rédigée par le demandeur et adressée pour organisme représenté par responsable hiérarchique. En plus d'une demande classique, la lettre de motivation comportant des arguments détaillés qui nous a motivés à se rapprocher de cet organisme.

La lettre de motivation est composée des indicateurs suivants :

- Nom et prénom du postulant.
- Adresse du postulant.
- Destinateur de la demande.
- Objet de la demande.
- Contenu de la demande.

1.2.1. Comment rédiger sa lettre de motivation

Une lettre de motivation a pour objectifs :

- Donner envie à l'employeur de vous rencontrer.
- Donner des infos qu'il n'y a pas dans le CV et qui précisent votre candidature
- Mettre en avant les atouts pour un poste, fonction, entreprise

Les questions à se poser : Qu'est-ce que je peux lui apporter ? Qu'est ce qui me donne envie de travailler dans cette entreprise ? De quels renseignements je dispose sur elle, sur son secteur d'activité ? Qu'est ce qui me motive, me donne envie d'être embauché ? Mes compétences, mes expériences correspondent-elles au poste ?

- **Paragraphe 1** - La raison pour laquelle vous écrivez à l'entreprise. Indiquez la petite annonce à laquelle vous répondez, expliquez au besoin pourquoi vous envoyez une candidature spontanée, ou bien mentionnez votre contact dans l'entreprise s'il s'agit d'un ami qui vous a recommandé.
- **Paragraphe 2** - Indiquez votre parcours et insistez surtout sur ce que vous pourriez faire dans cette entreprise. Développez ce que vous avez réussi dans votre poste précédent, mettez en avant vos points forts, expliquez concrètement en quoi vos compétences pourraient être utiles... Ou « serait un honneur/opportunité de travailler au sein de votre équipe/entreprise »
- **Paragraphe 3** - Plus conventionnel, c'est l'endroit où vous évoquez le CV que vous joignez à la lettre et donnez les grandes lignes de votre carrière.
- **Paragraphe 4** - Conclut votre lettre, avec un classique formule de politesse, à la disposition du recruteur pour le rencontrer.

1.3. Rédaction d'un CV

Un CV représente une fiche d'information sur l'historique de la personne concernée en matière de formation obtenue, d'expérience acquise et de compétence reçue. L'appellation du CV est une abréviation de « **curriculum vitae** » qui signifie le « **Cursus de la vie** ».

Un CV est composé de plusieurs cases récapitulatives des informations nécessaires pour les services concernés à fin de connaître le postulant. Parmi les cases, on peut citer :

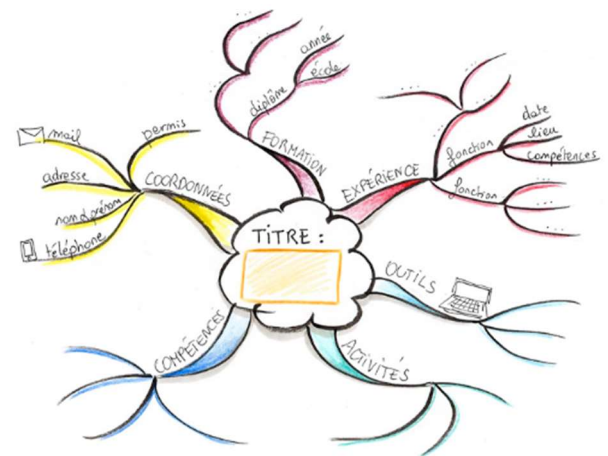
• Etat Civil -

- Nom
- Prénom
- Date et lieu de naissance
- Adresse
- Situation familiale
- Tel., fax, Email

• Formations

On doit indiquer l'ensemble des formations effectuées à commencer du cycle primaire jusqu'au cycle universitaire. Cela permet de récapituler l'ensemble des étapes d'études du concerné.

- Etude primaire (nom de l'établissement et la période) ;



- Etude moyen (nom de l'établissement et la période) ;
- Etude secondaire (nom de l'établissement et la période) ;
- Etude universitaire (nom de l'établissement et la période).

- **Diplômes obtenus**

La totalité des diplômes obtenus sera indiquée pour tous les périodes de formations

- Diplôme du baccalauréat (type+année d'obtention);
- Diplôme de licence (type+année d'obtention);
- Diplôme de master (type+année d'obtention);

- **Expérience professionnelle**

Cette case est consacrée pour la description des lieux de travail avec le nombre d'années passés dans chaque organisme. Cette case est utilisée par les fonctionnaires. Elle diffère d'un organisme à l'autre. Autrement dit, les informations à porter si nous travaillons dans le domaine technique ne sont pas les mêmes que si on travaille dans l'administration.

- **Maitrise de l'outil informatique et logiciels**

Cette case consacrée à l'indication des logiciels maitrisés et le degré d'utilisation de l'outil informatique. Il y'a lieu de signaler les formations supplémentaires effectuées.

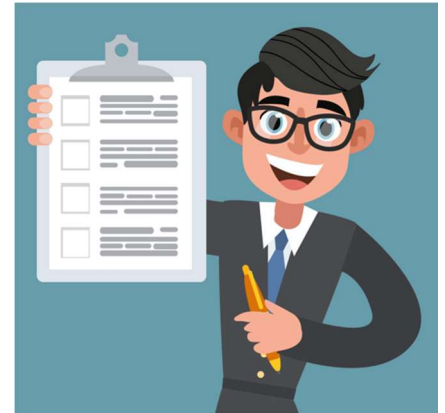
- **Langues maitrisées**

Cette case est utilisée pour préciser le degré de maitrise des langues (parlé et écrit).

1.3.1. Comment rédiger son CV

Vu que le CV reflète votre identité, votre profil professionnel, rédiger un CV est un travail de fond qui nécessite du temps et de la réflexion.

1. Synthétisez de façon claire toutes les informations utiles,
1. Tapez-le à l'ordinateur sur 1 seule page, de format A4,
1. Adaptez votre CV au poste recherché,
1. Ne mentionnez que les points positifs,
1. Ne pas faire apparaître une langue quand le niveau est insuffisant,
1. N'utilisez pas plus de 2 typographies/ 2 couleurs/ 2 tailles de police et utilisez le gras sans en abuser,
1. Développer les sigles,
1. **ATTENTION** aux fautes d'orthographe.



1.3.2. Métiers de la filière

C'est important d'avoir une idée ou d'avoir plus de détails sur les domaines d'intervention d'un diplômé dans le monde du travail. Les métiers de la filière diffèrent d'une spécialité à une autre. Pour les diplômés de la spécialité du génie électrique, leurs interventions sont dans plusieurs phases à savoir :

- Phase de préparation à inscrire un projet qui est à la charge du maitre d'ouvrage (SONATRACH, SONEGAS,...). L'étape importante de cette phase est la préparation du cahier de charge.
- Phase d'étude d'un projet qui est à la charge du bureau d'étude spécialisé.

- Phase de réalisation d'un projet qui est à la charge d'une entreprise : Cette phase se fera par un planning répartie sur le délai d'un projet.
- Phase de contrôle d'un projet durant la réalisation : Cette phase est assurée par un bureau d'études ou bien le maître d'ouvrage pour certains cas.
- Phase de gestion et d'exploitation d'un projet : Cette dernière phase est assurée par des organismes spécialisés appartenant au maître d'ouvrage.

1.4. L'entretien d'embauche

L'entretien d'embauche est une étape importante qui nécessite une préparation afin de bien répondre à toutes les questions. L'entretien est une occasion pour défendre son CV et la lettre de motivation. Dans l'entretien le comportement et la réponse de personne doivent traduire sa personnalité et sa confiance en soi.

1.4.1. Simulation d'entretien et d'embauche

Cela consiste à s'entraîner sur les étapes d'entretien et d'embauche par une préparation aux scénarios possibles. Cette étape de simulation permet au futur postulant à un poste d'avoir une idée sur les étapes d'un entretien. Cela permet une meilleure préparation du candidat en s'imprégnant sur l'ensemble des étapes et de connaître ses points forts et faibles.



1.4.2. Préparation pour un entretien d'embauche

a. La veille de l'entretien

1. Relire l'offre d'emploi et préparer les questions que l'on pourrait vous poser sur le poste.
2. Se renseigner sur l'entreprise et le poste à pourvoir.
3. S'entraîner à se présenter en quelques minutes.
4. Se préparer aux questions types :
 - A. Pourquoi avoir postulé dans notre entreprise ?
 - B. Quels sont vos qualités/défauts dans le monde professionnel ?
 - C. Que pensez-vous apporter à l'entreprise ?
5. Repérer le lieu de l'entretien et l'itinéraire pour s'y rendre.
6. Préparer ses affaires : tenue vestimentaire, blocs-notes.

b. Le jour de l'entretien

1. Ne pas arriver en retard.
2. Mettre son téléphone en mode silencieux.
3. Soigner sa présentation.

c. Les erreurs à ne pas commettre

1. Gesticuler dans tous les sens, croiser les bras.
2. Être inactif, jouer avec un objet/stylo, regarder dans tous les sens.

3. Oublier le contenu de son CV et/ou de sa lettre de motivation.
4. Ne pas poser de question et ne pas montrer son intérêt pour le poste.
5. Ne pas assumer ses erreurs.
6. Parler négativement de ses anciens employeurs.
7. Mentir.
8. Couper la parole.
9. Parler de sa vie privée si on ne vous le demande pas.
10. Trop s'intéresser aux avantages et aux salaires.

Chapitre 2

Entreprendre et esprit entrepreneurial

- *Entreprendre,*
- *Les entreprises autour de vous,*
- *La motivation entrepreneuriale,*
- *Savoir fixer des objectifs,*
- *Savoir prendre des risques*

2.1 Introduction

L'esprit entrepreneurial se réfère à une volonté d'agir pour créer du changement, de la nouveauté, et réaliser des projets. Il met en lumière le développement des attitudes entrepreneuriales qui favorisent la transition entre la scolarité et le monde professionnel, que ce soit en tant que salarié "entreprenant" ou entrepreneur. Les entrepreneurs se distinguent des managers par leur manière de raisonner et d'agir, mettant en avant des compétences spécifiques telles que la tolérance à l'ambiguïté, la vigilance, et des croyances de contrôle.

Pour développer son esprit entrepreneurial, il est essentiel de cultiver des compétences telles que la curiosité, l'innovation, la confiance en soi, les compétences en communication, et une mentalité de croissance. Avoir un esprit entrepreneurial implique également la capacité à prendre des risques calculés, à être innovant, passionné par son activité, et à concilier vie professionnelle et personnelle avec détermination.

2.2 Définitions

- **L'entreprise**

Elle peut être définie de différentes façons :

- ❖ Entité autonome qui produit des biens et des services marchands. Synonyme : firme.

Créer une entreprise ; entreprise publique, petites et moyennes entreprises

- ❖ Projet, action ou réalisation plus ou moins complexes. Synonyme : Tentative, aventure, manœuvre, essai. Le succès est une entreprise de longue haleine.
- ❖ Travail : opération, œuvre

La notion d'entreprise est liée à celle du risque, de l'initiative et celle de l'utilisation nouvelles de ressources et de capital (recombinaisons de ressources).

Le terme d'entreprise est utilisé aussi dans « le monde de l'entreprise » pour décrire l'ensemble représentatif des entités autonomes productrices de biens et de services marchands.

• L'Entrepreneur

L'entrepreneur est défini comme étant une « *personne ou groupe de personnes qui crée, développe et implante une entreprise dont il assume les risques, et qui met en œuvre des moyens financiers, humains et matériels pour en assurer le succès et pour réaliser un profit* ».

L'entrepreneur, c'est quelqu'un qui sait percevoir (identifier, sélectionner et exploiter) une opportunité et créer une organisation pour l'exploiter. Il contribue à la création de valeur nouvelle

Entrepreneur, est une fonction, et non pas un statut social. Il ne peut l'être qu'à travers ce qu'il fait (et aussi, où et comment il le fait).

L'entrepreneur a un rôle irremplaçable dans l'économie et la société. Il est son ferment, puisque, d'une part, il crée des entreprises et des emplois, ensuite, il introduit des innovations de rupture comme des innovations incrémentales, et enfin, il participe au renouvellement et à la restructuration du tissu économique.

L'entrepreneur est souvent étroitement associé aux termes de prise de risque, d'innovation, et de proactivité (anticipations des événements), et chasseur d'opportunités d'affaires. Il est un agent de changement.

Un entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée ou une invention en une innovation réussie.

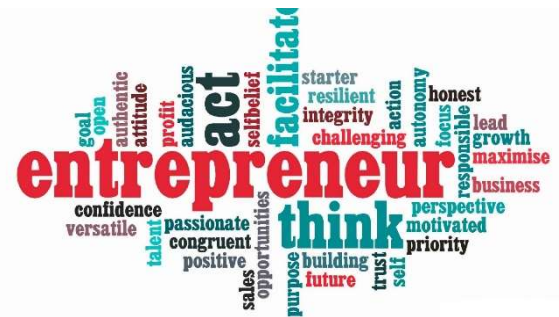
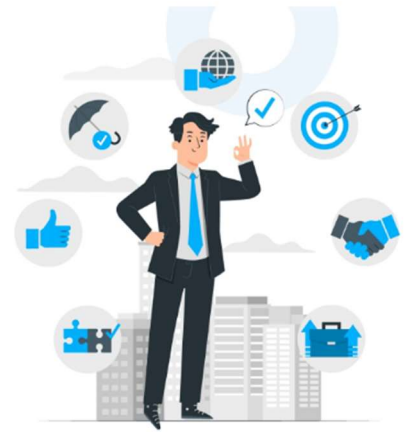
D'autre part, puisque l'entrepreneuriat consiste à prendre des risques, l'entrepreneur est une personne qui est prête à mettre en jeu sa carrière et sa sécurité financière pour mettre en œuvre une idée, à mettre son temps et son capital dans une entreprise risquée.

• L'entrepreneuriat

L'Entrepreneuriat (ou, selon une orthographe un peu moins courante, *entreprenariat*) est notamment l'action de créer de la richesse et/ou de l'emploi par la création ou la reprise d'une entreprise.

L'entrepreneuriat est une activité difficile et bon nombre de créations d'entreprises se soldent par un échec. Les formes d'entrepreneuriat sont variées selon le type d'organisation qui est mis en place. L'entrepreneuriat peut être une activité qui crée de nombreux emplois.

Une autre définition de l'entrepreneuriat décrit le processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation d'occasions. Ainsi un entrepreneur peut être défini comme « quelqu'un qui agit non en fonction des ressources qu'il contrôle actuellement, mais qui poursuit inlassablement une occasion.



En tant que phénomène économique et social, les apports de l'entrepreneuriat à l'économie et à la société sont considérables et ils concernent :

- ✓ La création d'entreprises et le renouvellement du parc dans les différents domaines d'activités,
- ✓ La création d'emploi comme une réponse aux problèmes,
- ✓ l'innovation et les opportunités innovantes, le développement de l'esprit d'entreprendre dans les entreprises et les organisations (prise d'initiative, prise de risque, orientation vers les opportunités, réactivité ou flexibilité...)
- ✓ et l'accompagnement de changements structurels au niveau de l'environnement politique, technologique, social ou organisationnel (exemple du secteur tertiaire, l'internet, les TIC...).

2.3 Caractéristiques de l'entrepreneuriat

- ✓ Il y a un **leader**, l'entrepreneur, qui est la force motrice à l'origine des faits économiques.
- ✓ Dans l'esprit de cet entrepreneur il y a une vision de l'avenir qui est préférable à celle de l'état présent.
- ✓ Tout au long d'un processus partiellement conscientisé d'intuitions et de perspicacité qui trouvent leurs racines dans l'expérience, l'entrepreneur développe une vision ainsi qu'une stratégie afin de la mettre en pratique.
- ✓ Cette vision est mise en œuvre rapidement et avec enthousiasme par l'entrepreneur. Le travail réalisé peut procurer le sentiment de vivre pleinement ou la satisfaction de rendre service à la société.

2.4 Choix de l'idée de projet

Généralement la recherche de l'idée d'un produit ou d'un service servant à la création d'une entreprise, peut se faire dans trois directions : la vie quotidienne, la vie économique ou la vie professionnelle.

– La vie quotidienne

- En observant son quotidien, on peut facilement trouver l'idée du projet qu'on veut mettre en place.
- Ainsi, on peut identifier certains besoins pouvant être satisfaits par la mise en place de produits ou services non commercialisés,
- Ou copier une idée réussie et qui a été réalisée par un ami, un voisin ou un parent.

– La vie économique

- La consultation des revues et magazines nationales et internationales peut constituer une source d'idées pour des opportunités nouvelles.
- Ainsi des idées pouvant être transposées d'un pays à un autre, en l'état ou adaptées, en fonction du contexte de ce pays.

– La vie professionnelle

Présente la troisième source possible d'identification des idées entrepreneuriales puisque l'observation de son milieu professionnel peut permettre de découvrir des produits ou services complémentaires à ceux commercialisés par son patron. De même, on peut trouver une idée d'un projet entrepreneurial en empruntant les quatre voies suivantes :

- La commercialisation d'un produit ou service existant déjà sur le marché.
- La mise en place d'un nouveau produit ou d'un nouveau service.
- L'acquisition d'une franchise.
- La reprise d'une entreprise.

2.5 L'entreprise autour de vous

Pour trouver des idées d'entreprise qui vous inspirent, il existe plusieurs pistes à explorer :

- ❖ Partez de ce que vous savez faire et ce que vous aimez faire : Au lieu de chercher à l'extérieur, commencez par vos propres compétences et passions.
- ❖ Entrez en franchise : pour bénéficier de la notoriété d'une marque, du savoir-faire du franchiseur et d'une formation adaptée. Il existe des réseaux de franchise dans divers secteurs d'activité.
- ❖ Lancez-vous dans l'entrepreneuriat social : si vous souhaitez redonner du sens à l'économie en trouvant des solutions aux défis sociaux et environnementaux tout en étant rentable.
- ❖ Explorez des idées innovantes : en ne vous limitant pas par peur du ridicule lors de votre brainstorming. Une bonne idée d'entreprise doit vous motiver, correspondre à vos valeurs, compétences, et intéresser des clients potentiels.
- ❖ Trouvez une communauté de supporters : pour votre idée, travaillez sur votre pitch pour le rendre convaincant, et attirez des parties prenantes pour vous aider à lancer votre entreprise plus rapidement.

En résumé, pour trouver une idée d'entreprise qui vous convient, exploitez vos compétences et passions, considérez l'entrepreneuriat social, ne limitez pas votre créativité, et partagez largement votre idée pour obtenir des retours constructifs et améliorer votre concept.

2.6 La motivation entrepreneuriale

La motivation entrepreneuriale est l'élan intérieur qui pousse une personne à créer, développer et maintenir une entreprise. C'est un état d'esprit, une combinaison complexe de désirs, de valeurs, de passions et d'objectifs personnels qui animent un individu à entreprendre des activités entrepreneuriales. Les éléments clés de la motivation entrepreneuriale sont :

- i. **Indépendance et liberté** - De nombreux entrepreneurs sont motivés par le désir d'être leur propre patron, de contrôler leur destinée professionnelle et de travailler selon leurs propres termes.
- ii. **Passion pour l'innovation** - Les entrepreneurs sont souvent motivés par le désir de créer quelque chose de nouveau, d'innover ou de répondre à un besoin non satisfait sur le marché.
- iii. **Challenges et risques** - Certains entrepreneurs sont attirés par les défis inhérents à la création et à la croissance d'une entreprise, ainsi que par la possibilité de prendre des risques calculés.

- iv. **Création de valeur** - Beaucoup d'entrepreneurs sont motivés par la possibilité de créer de la valeur pour leurs clients, leurs employés et la société dans son ensemble.
- v. **Autonomie financière** - L'opportunité de réaliser des gains financiers importants peut être une motivation puissante pour certains entrepreneurs.
- vi. **Impact social** - Certains entrepreneurs sont motivés par le désir de résoudre des problèmes sociaux ou environnementaux, et de faire une différence positive dans le monde.
- vii. **Détermination et persévérance** - La motivation entrepreneuriale est souvent soutenue par une forte détermination et une capacité à persévérer face aux obstacles et aux revers.

Il est important de noter que la motivation entrepreneuriale peut varier d'une personne à l'autre et peut également évoluer au fil du temps en fonction des expériences personnelles et professionnelles de l'entrepreneur.

2.7 Savoir fixer des objectifs

Fixer des objectifs efficaces est essentiel pour réussir en entrepreneuriat.

Voici quelques étapes pour savoir fixer des objectifs entrepreneuriaux :

- **Clarifiez votre vision** - Avant de fixer des objectifs, ayez une vision claire de ce que vous souhaitez accomplir avec votre entreprise. Définissez votre mission, vos valeurs et les résultats que vous souhaitez obtenir à long terme.
- **Soyez spécifique** - Les objectifs doivent être clairs et spécifiques. Évitez les objectifs vagues et abstraits. Par exemple, au lieu de dire "augmenter les ventes", fixez un objectif spécifique comme "augmenter les ventes de 20% au cours des six prochains mois".
- **Soyez mesurable** - Les objectifs doivent être mesurables afin que vous puissiez évaluer votre progression. Utilisez des indicateurs quantifiables pour déterminer si vous avez atteint vos objectifs ou non.
- **Assurez-vous qu'ils sont réalisables** - Les objectifs doivent être ambitieux mais réalistes. Évitez de fixer des objectifs trop difficiles à atteindre, car cela peut être décourageant. En même temps, assurez-vous que les objectifs ne sont pas trop faciles, car cela peut entraîner un manque de motivation.
- **Relevez le défi** - Les objectifs doivent être suffisamment stimulants pour vous pousser à sortir de votre zone de confort et à faire des progrès significatifs.
- **Définissez un délai** - Fixez une échéance pour chaque objectif afin de maintenir le cap et de rester concentré sur vos priorités.
- **Priorisez** - Vous ne pouvez pas tout faire en même temps. Identifiez les objectifs les plus importants et prioritaires pour votre entreprise et concentrez vos efforts sur ceux-ci.
- **Revoyez et ajustez** - Revisitez régulièrement vos objectifs pour évaluer votre progression. Soyez prêt à ajuster vos objectifs si nécessaire en fonction des changements de circonstances ou des nouvelles informations.



En suivant ces étapes, vous serez en mesure de fixer des objectifs entrepreneuriaux efficaces qui vous aideront à progresser et à réussir dans votre entreprise.

2.8 Savoir prendre des risques

Prendre des risques fait partie intégrante de l'entrepreneuriat. Pour savoir comment prendre des risques de manière efficace en entrepreneuriat, il est souhaitable d'assurer:

- **Évaluation des risques** - Avant de prendre un risque, il est important de l'évaluer soigneusement. Analysez les avantages potentiels par rapport aux inconvénients et aux conséquences négatives possibles. Comprenez les risques que vous prenez et soyez prêt à les gérer.
- **Connaissance du marché** - Une compréhension approfondie du marché dans lequel vous opérez peut vous aider à prendre des décisions éclairées sur les risques à prendre. Effectuez des recherches sur votre industrie, votre public cible, la concurrence et les tendances du marché.
- **Sortez de votre zone de confort** - Prendre des risques signifie souvent sortir de sa zone de confort. Soyez prêt à relever des défis et à explorer de nouvelles idées et opportunités. Cela peut impliquer de remettre en question le statu quo et d'explorer des voies non conventionnelles.
- **Planification stratégique** - Élaborez une stratégie claire pour gérer les risques. Identifiez les scénarios possibles et élaborez des plans d'action pour faire face à différentes situations. Avoir un plan de secours peut atténuer les conséquences négatives des risques pris.
- **Apprenez de l'échec** - L'échec fait partie intégrante de l'entrepreneuriat. Ne craignez pas de faire des erreurs, mais tirez des leçons de chaque expérience. Analysez ce qui a fonctionné et ce qui n'a pas fonctionné, et utilisez ces informations pour améliorer vos décisions futures.
- **Faites preuve de résilience** - L'entrepreneuriat est un parcours parsemé d'obstacles et d'incertitudes. Soyez prêt à faire face à l'adversité et à rebondir face aux revers. La résilience est une qualité essentielle pour surmonter les difficultés et persévérer dans votre entreprise.
- **Écoutez votre instinct** - En tant qu'entrepreneur, vous devrez parfois prendre des décisions basées sur votre intuition et votre expérience. Faites confiance à votre instinct, mais assurez-vous également de prendre des décisions éclairées en vous appuyant sur des données et des analyses.



En conséquence, prendre des risques calculés et bien gérés est essentiel pour innover, progresser et réussir en entrepreneuriat. En évaluant attentivement les risques, en planifiant stratégiquement et en restant ouvert à l'apprentissage, vous pouvez maximiser les chances de succès tout en minimisant les pertes potentielles.

Chapitre 3

Le profil d'un entrepreneur et le métier d'Entrepreneur

- Les qualités d'un entrepreneur,
- Savoir négocier, Savoir écouter,
- La place des PME et des TPE en Algérie,
- Les principaux facteurs de réussite lors de la création d'une TPE/PME

3.1. Les qualités d'un entrepreneur

Les qualités d'un bon entrepreneur comprennent :

3.1.1. Être déterminé

L'entrepreneur se doit d'être déterminé dans ses projets. Avant, pendant et après la création de son entreprise. Il doit savoir jusqu'où il veut aller, comment y aller, et mettre tout ce qu'il sait en application. Il est parfois difficile de trouver sa voie, le domaine, ou l'idée qui va guider nos pas.

3.1.2. Être passionné et créatif

La passion serait alors cette jonction entre ce que j'aime faire et ce dans quoi je suis doué. C'est pour cette raison que les entrepreneurs passionnés font généralement du travail de qualité puisqu'ils aiment celui-ci. Les entrepreneurs sont donc plus créatifs et avoir de nouvelles idées, sortir du cadre et de la norme et faire preuve de créativité est un atout important, sinon essentiel d'un bon entrepreneur.

Des idées créatives assurent aussi la viabilité (possibilité) et la survie (de se maintenir en vie) de l'entreprise à court et à long terme.

3.1.3. Être courageux

Les bons entrepreneurs se définissent par leur caractère, et l'un des premiers traits de caractère indispensables pour être un bon chef d'entreprise est évidemment le courage. En effet, le chemin de l'entrepreneuriat est périlleux (il y a un risque) et rempli de d'obstacles à franchir (passer).



L'entrepreneur bien que courageux et ambitieux (audacieux) est un Homme comme un autre. Lui aussi a ses faiblesses et ses failles et oui (il faut bien le dire) parfois porter un projet d'une telle ampleur (important) à bout de bras (difficilement), ça fatigue.

3.1.4. Être organisé

L'entrepreneur, pour réussir doit aussi être organisé, dans son travail, ses idées et sa vie. Il doit savoir exactement quand il doit travailler, et précisément ce qu'il doit faire, grâce à des planning tenus à jours régulièrement et/ou un carnet de notes par exemple.

3.1.5. Être capable de travailler en équipe et savoir déléguer

Afin de pouvoir se concentrer sur les tâches importantes, le bon entrepreneur sait déléguer. Savoir (bien déléguer) est une qualité et une compétence, que ne possède pas tout le monde. Dans la mesure où, déléguer, peut entraîner des complications si l'on ne sait pas faire ou si la personne à qui l'on délègue se trompe.

3.1.6. Être tenace

Il faut donc une fierté intérieure pour réussir, mais de la simplicité dans les rapports avec les autres. Le chef d'entreprise doit donc montrer beaucoup de fermeté (audace), de courage, d'assurance, mais aussi d'humilité (simple), se rendre compte qu'il n'est pas toujours le meilleur.

3.1.7. Être sociable et s'entourer de bonnes personnes

Pour avoir du succès, l'entrepreneur devra faire preuve d'une grande ouverture d'esprit. Cela lui permettra, entre autre, de discuter de tout avec tout le monde. Les possibilités de faire des rencontres sont donc grandement augmentées. De plus, un bon leader doit :

- Avoir une vision et un but
- Être capable de prendre des risques et avoir une forte capacité de travail
- Être un bon gestionnaire et avoir une force d'attraction
- Être optimiste
- Être confiant en soi
- Être créatif
- Être intuitif

3.2. Savoir négocier

Savoir négocier est une qualité essentielle pour un entrepreneur. Les entrepreneurs doivent être capables de négocier avec différents acteurs de leur entreprise, tels que des partenaires, des fournisseurs, des clients, des investisseurs et des collaborateurs. Pour réussir ses négociations, un entrepreneur doit prendre en considération les points suivant :

- ❖ **Connaître les intérêts des parties prenantes** - Comprendre les objectifs et les besoins des parties prenantes est essentiel pour négocier efficacement. Tentez de comprendre leurs préoccupations et leurs attentes pour trouver des solutions qui conviennent à tous.
- ❖ **Définir vos propres intérêts** - Avant de négocier, définissez clairement vos propres objectifs et vos limites. Cela vous aidera à rester en contrôle et à obtenir les résultats que vous souhaitez.
- ❖ **Préparer votre négociation** - Faites vos recherches avant de commencer à négocier. Connaissiez les prix, les conditions et les offres de la concurrence pour être en mesure de proposer des termes compétitifs.
- ❖ **Développer vos compétences de communication** - Les entrepreneurs doivent être capables de communiquer efficacement avec les autres. Pratiquez votre communication verbale et écrite pour être clair, concis et persuasif.
- ❖ **Faire preuve de flexibilité** - Les négociations ne sont pas toujours idéales. Il est important de rester ouvert à la discussion et de faire preuve de flexibilité pour trouver un compromis satisfaisant pour toutes les parties.
- ❖ **S'entraîner à négocier** - Pratiquez votre négociation avec des amis, des collègues ou des membres de votre famille. Cela vous aidera à développer vos compétences et à gagner en confiance.
- ❖ **Rechercher des conseils et de l'aide** - N'hésitez pas à demander de l'aide ou à consulter des ressources pour améliorer vos compétences de négociation. Il existe de nombreux livres, blogs et ressources en ligne qui peuvent vous aider à devenir un négociateur efficace.



3.3. Savoir écouter

Savoir écouter est une compétence cruciale pour les entrepreneurs. Pour atteindre cet objectif, un bon entrepreneur doit :

- **Obtenir de l'information** - Écouter activement vos clients, partenaires et employés vous permet d'obtenir des informations précieuses pour améliorer votre produit, votre environnement de travail et votre stratégie globale.
- **Développer et maintenir la confiance** - L'écoute active témoigne du respect que vous accordez à vos interlocuteurs, renforçant ainsi la confiance et réduisant les possibilités de conflits. Cela peut également améliorer la motivation de vos employés et renforcer votre image en tant que leader positif.



- **Perfectionner son sens de l'écoute** - Pour améliorer votre capacité d'écoute, créez un environnement propice à la communication, éliminez les distractions, concentrez-vous pleinement sur la personne qui parle et faites preuve d'empathie envers ses propos.

3.4. La place des PME et des TPE en Algérie

En Algérie, les PME (Petites et Moyennes Entreprises) et les TPE (Très Petites Entreprises) jouent un rôle significatif dans l'économie du pays. Selon les dernières statistiques:

- Environ **98%** des PME opérant en Algérie sont des TPE, employant moins de 10 salariés par entreprise.
- Les PME publiques ne représentent qu'une petite partie de la population des PME et des TPE en Algérie, soit environ **2%** du total des entreprises.
- Les PME algériennes ont été longtemps marginalisées par rapport aux grandes entreprises publiques, mais leur importance dans l'économie nationale est en augmentation avec de nouvelles créations d'entreprises.
- Les PME en Algérie rencontrent divers obstacles au développement, tels que la pénurie de main-d'œuvre qualifiée, l'accès aux services portuaires, à l'énergie, et les contraintes liées à la législation du travail.
- Le nombre d'emplois déclarés dans les PME algériennes est important, avec plus de **1,9 million** d'emplois provenant du secteur privé.
- Des mesures d'appui et de soutien à l'innovation dans les PME ont été mises en place en Algérie pour favoriser leur développement et leur croissance économique.

Les PME et TPE en Algérie représentent une part significative du tissu économique du pays, contribuant à la création d'emplois et à la croissance économique. Des efforts sont déployés pour soutenir ces entreprises et favoriser leur développement malgré les défis rencontrés.

3.5. Les principaux facteurs de réussite lors de la création d'une TPE/PME

Les principaux facteurs de réussite lors de la création d'une TPE/PME en Algérie sont :

- ❖ **Établir un plan d'affaires clair et précis** - Un plan d'affaires bien écrit et détaillé est essentiel pour diriger votre entreprise vers la réussite. Il devrait inclure des objectifs clairs, des stratégies pour atteindre ces objectifs, un plan de marketing, et des plans financiers et de gestion.
- ❖ **Choisir un marché approprié** - Un marché approprié est important pour la réussite d'une TPE/PME. Rechercher un marché où il y a une demande pour vos produits ou services, et où vous pouvez bénéficier d'une concurrence modérée est crucial.
- ❖ **Développer une équipe de qualité** - : Les entreprises ne sont pas seulement des affaires, mais également des équipes humaines. Recruter des employés qualifiés, les former et les encourager à travailler ensemble en tant qu'équipe est important pour la réussite d'une TPE/PME.
- ❖ **Gérer les finances de manière responsable** - Mettre en place un système de gestion des finances efficace est essentiel pour la réussite d'une TPE/PME. Cela comprend la gestion des dépenses, la gestion des paiements, et la gestion des investissements.

- ❖ **Développer des relations solides** - Les relations avec les clients, les fournisseurs, les partenaires et les investisseurs sont importantes pour la réussite d'une TPE/PME. Mettre en place des relations solides et des collaborations efficaces est crucial pour la croissance et le succès de l'entreprise.
- ❖ **S'adapter à l'environnement** - Les entreprises doivent être capables de s'adapter à l'environnement dans lequel elles opèrent. Cela comprend de s'adapter aux changements dans le marché, aux réglementations, et aux tendances technologiques.
- ❖ **Mettre en œuvre des stratégies de marketing efficaces** - Les stratégies de marketing sont essentielles pour attirer les clients et les maintenir. Mettre en place des stratégies de marketing efficaces, telles que la publicité, le marketing direct, et le marketing numérique, est crucial pour la réussite d'une TPE/PME.
- ❖ **S'investir dans la technologie et l'innovation** - Les entreprises doivent être capables de s'investir dans la technologie et l'innovation pour rester compétitives. Cela comprend d'investir dans la recherche et le développement, et de mettre en place des systèmes informatiques modernes et efficaces.

La réussite d'une TPE/PME en Algérie dépend de la capacité à établir un plan d'affaires clair et précis, de choisir un marché approprié, de développer une équipe de qualité, de gérer les finances de manière responsable, de développer des relations solides, de s'adapter à l'environnement, de mettre en œuvre des stratégies de marketing efficaces, et de s'investir dans la technologie et l'innovation.

3.6. Comment améliorer le chiffre d'affaires de votre TPE/PME

Votre passion vous a poussé à **créer votre entreprise** mais vous constatez que vos **bénéfices** ne sont pas encore à la hauteur de vos attentes. Vous souhaitez sans doute **améliorer votre chiffre d'affaires** pour développer votre entreprise, embaucher du personnel ou investir dans du matériel.

Face à la concurrence et la situation économique actuelle, il existe des solutions efficaces à mettre en place pour **augmenter vos ventes**, à savoir :

a. Fidéliser votre clientèle

Ne mettez pas toute votre énergie à atteindre de nouveaux clients, gardez-en pour **mettre en confiance votre clientèle** actuelle et la fidéliser.

Si votre client a confiance en votre entreprise, il reviendra assurément pour effectuer de nouveaux achats et il n'hésitera pas à parler de votre marque à son entourage.

Encouragez votre public à s'abonner à votre **liste de diffusion** pour les tenir informés de l'évolution de votre entreprise, des produits et des services.

L'email marketing est un excellent moyen de communiquer de façon régulière et efficace avec votre audience.

b. Développer votre marché

Fidéliser votre clientèle actuelle ne vous empêche pas de **trouver de nouveaux clients** en

Vous pouvez notamment ajouter des **services complémentaires** à vos services actuels. Prenez en compte les besoins de votre clientèle.

Il est possible que vous ayez la capacité d'offrir plus de services encore et ainsi de **développer votre offre**.

c. Mettre en place une stratégie de tarification

Selon votre secteur d'activité, **les prix de ventes** peuvent changer constamment en fonction de l'évolution du marché.

Vous devez **ajuster vos prix** en fonction du marché et de la concurrence. Pour mettre en place **une stratégie de prix efficace**, vous devez effectuer des comparaisons avec les tarifs de produits similaires et des produits concurrents.

- **Une réduction du prix** permet de stimuler les ventes et de détourner des parts du marché aux autres fournisseurs.
- **Une augmentation des prix** peut ajouter de la valeur à vos produits en misant sur la qualité. Soyez très attentifs aux réactions de votre clientèle lorsque vous modifiez vos prix. Une **faible augmentation** ne se remarque pas forcément mais peut avoir un impact considérable sur les bénéfices.

Vous pouvez aussi **offrir des coupons et des remises** à vos clients avec des dates limite d'utilisation pour les encourager à commander prochainement. Il s'agit d'une incitation efficace à effectuer une première commande pour un public encore hésitant.

Pensez à **étendre votre zone géographique** si vous en avez la possibilité. Si vous vendez en ligne, vous pouvez tout à fait proposer vos produits à travers le monde.

d. Associer des produits

Un magasin de vêtements et d'accessoires met en avant ses produits en associant une tenue avec l'accessoire adéquat et la paire de chaussure qui complète parfaitement la tenue.

L'association de produits est une technique à mettre en place pour **augmenter le montant du panier**. Vous pouvez aussi proposer des **lots de produits à prix réduits** pour augmenter vos ventes.

e. Les frais d'expédition

De nombreuses entreprises vendent en ligne, même celles qui ont un magasin physique. La crise que nous traversons a convaincu les plus réticents. **La vente en ligne** implique des **frais d'expédition**.

Le montant des frais d'expédition peut constituer un frein à la vente, c'est pourquoi il est nécessaire de proposer différents modes d'envoi et notamment les moins chers.

Pensez à **offrir ou baisser les frais de port** sur une période donnée pour **stimuler l'engagement** des clients et augmenter les ventes.

f. Mettre en avant votre expertise

Vous êtes un expert dans votre domaine, cela ne fait aucun doute. C'est le moment de le faire savoir à votre public.

Renforcez votre expertise en prodiguant des conseils pertinents à votre audience à travers vos **newsletters, sur les réseaux sociaux sur votre blog**. C'est une très bonne stratégie pour mettre en confiance et mettre en avant votre marque. Ainsi, lorsque votre client aura

besoin des services que vous proposez, votre entreprise sera la première à lui venir à l'esprit.

g. Dynamiser vos canaux de vente

Beaucoup d'entreprises négligent les **supports de vente** qui présentent alors des informations obsolètes ou inexactes. C'est ce qui arrive lorsque les blogs ou les sites web ne sont pas mis à jour régulièrement. Il s'agit pourtant de votre vitrine, de la **représentation de votre marque**. Passez en revue tous vos **canaux de vente** afin de voir s'ils véhiculent bien **l'image de marque** et le message que vous souhaitez transmettre.

Est-ce que tous vos produits et vos innovations sont bien inclus sur votre site web ? Vérifiez que toutes les fonctionnalités et les avantages de vos produits soient bien représentés sur vos supports de vente.

Pour **inciter votre audience à acheter**, vos fiches produites doivent être complètes et claires et présenter des photos professionnelles et des **descriptifs optimisés**.

h. Passer au e-commerce

Si vous ne vendez pas encore en ligne, vous risquez de passer à côté de revenus conséquents. **Le commerce en ligne** augmente de façon conséquente chaque année et de nombreuses personnes préfèrent maintenant **effectuer leurs achats en ligne**.

Pourtant, beaucoup de petites entreprises n'auraient pas encore passé le cap de la vente en ligne. Si vous êtes dans ce cas, il est temps de **mettre vos produits en ligne** pour **augmenter vos ventes** et améliorer votre chiffre d'affaires.

Créer une boutique en ligne n'a jamais été aussi simple et intuitif et si ce n'est vraiment pas votre domaine, vous pouvez faire appel à un professionnel pour vous aider.

i. Accepter le paiement par carte de crédit

Ce mode de paiement stimule les ventes puisqu'il est le plus rapide et le plus utilisé actuellement. Si vous n'acceptez pas encore **le paiement par carte de crédit**, renseignez-vous auprès de votre banque pour mettre en place cette méthode. Les frais engagés seront rapidement amortis et vous pouvez les récupérer en les intégrant aux prix de vente de vos produits.

j. Mettre en place un programme d'abonnement

Le système d'abonnement a l'avantage de générer des rentrées d'argent avant même que les dépenses soient engagées.

Si vous proposez un produit ou un service que votre clientèle achète de façon régulière, vous pouvez peut-être réfléchir à un programme d'abonnement pour améliorer votre chiffre d'affaires et développer votre offre.

Chapitre 4

Trouver une bonne idée d'affaires

- La créativité et l'innovation
- Reconnaître et évaluer les opportunités d'affaires

4.1. Introduction

Actuellement, le contexte économique international se caractérise par le changement et le besoin constant d'adaptation. Quels sont les éléments qui provoquent ces changements? De quelle façon cela influe sur la compétitivité des entreprises et des économies dans leur ensemble? Comment peut-on agir sur leurs facteurs déterminants? Ce sont ces questions qui, actuellement, se trouvent au centre des discussions pour savoir comment d'aboutir à un développement économique et social durable à moyen et à long terme. Les changements observés sont conditionnés par de nouveaux modèles compétitifs.

Ces modèles apparaissent dans un contexte international caractérisé par une compétitivité de plus en plus forte en termes de coût et d'efficacité mais aussi, et de plus en plus, en termes de génération de valeur ajoutée et de différenciation face aux concurrents, et ce à travers l'usage intensif de la connaissance, de l'innovation et de la créativité.

4.2. La créativité dans les entreprises. A la recherche de l'avantage compétitif

Traditionnellement, on identifiait la créativité à des domaines comme l'art, la culture ou la pensée, et pas à ceux liés à l'environnement économique et à l'entreprise. Cependant, la créativité peut être mise en pratique dans l'entreprise à travers des techniques qui répondent à une approche adaptée à l'amélioration compétitive de son activité.

D'un autre côté, vu que la créativité constitue une caractéristique inhérente aux personnes, inévitablement, elle devient un élément qui affecte horizontalement l'ensemble des processus propres de l'activité de l'entreprise. La créativité doit devenir, en ce sens, une nouvelle valeur dans la culture d'entreprise, ainsi qu'un aspect transversal de toute chaîne de valeurs. Les entreprises les plus créatives et innovantes se caractérisent, en plus d'une gestion efficace, par l'utilisation systématique d'approches et de techniques créatives, ce qui leur permet de nourrir le processus continu d'innovation et création d'idées et de se différencier de la concurrence.

Il est fondamental aussi d'avoir le soutien de la direction dans le changement de modèle de gestion ce qui facilite l'adoption progressive de structures et méthodologies de travail plus

flexibles, car c'est dans un environnement de travail favorable que la créativité peut s'exprimer plus facilement.

Ainsi, pour que le capital humain puisse développer sa créativité, il est nécessaire que l'entreprise facilite sa liberté d'action (toujours dans les limites imposées par la planification stratégique de la direction) et une meilleure répartition des responsabilités.

Tous ces éléments augmentent la motivation du salarié, ce qui favorise l'apparition d'idées et leur application.

Tableau 4.1. Éléments qui contribuent à la créativité dans les organisations

- Complexité du travail
- Plus hauts niveaux de responsabilité
- Faibles niveaux de contrôle des organisations
- Systèmes d'incitation à la création et à la mise en œuvre des idées
- Meilleure autonomie de travail
- Transparence et flux de connaissance constants
- Soutien et promotion de la part de la direction
- Formation continue dans des domaines divers
- Techniques et dynamiques de travail en équipe
- Compromis avec le travail
- Culture d'entreprise basée dans l'ambition et l'amélioration constante.

Par ailleurs, la flexibilité dans les activités et dans les méthodologies de travail créatives facilitent la gestion du changement dans les organisations, aspects clés dans un environnement aussi changeant que l'actuel. La créativité doit s'étendre, par conséquent, non seulement aux domaines d'action qui étaient « réservés » (comme la R & D ou le marketing), mais aussi à tous les services de l'entreprise tels que la production, l'administration y la gestion, les ressources humaines, et surtout la direction.

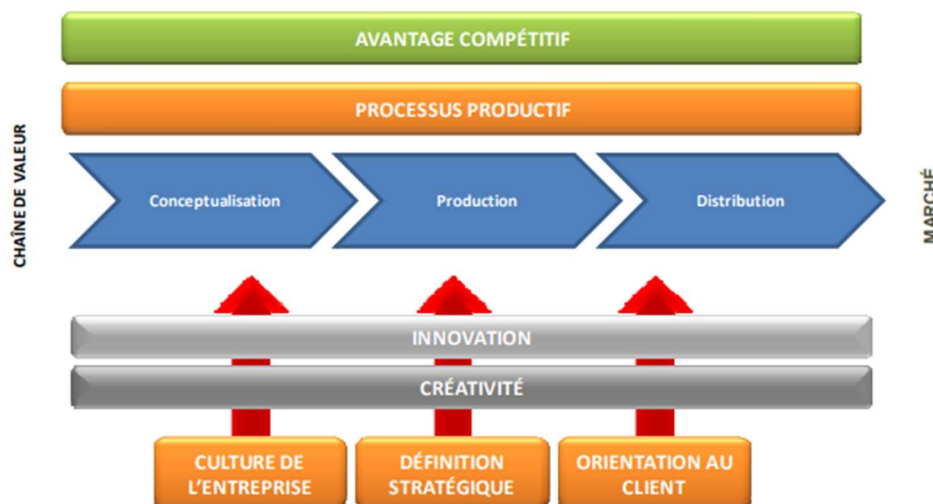


Figure 4.1 La créativité en tant qu'aspect transversal à l'activité de l'entreprise

Certains des bénéfices que l'entreprise peut attendre de l'intégration de la créativité dans le quotidien de son activité sont les suivants:

- Développement de produits et services nouveaux avec un composant différentiel élevé par rapport à la concurrence.
- Utilisation plus efficace des connaissances et des capacités des personnes intégrant l'équipe de travail, ce qui augmenterait leur compétitivité.
- Génération et accès à de nouveaux marchés.
- Obtention d'un avantage compétitif basé sur la valeur différentielle.
- Positionnement en tant que leader temporaire sur les marchés. A l'échelle opérationnelle, l'entreprise doit favoriser l'apparition d'un environnement qui agisse sur les éléments qui déterminent directement la créativité chez les personnes. En effet, trois axes apparaissent comme clés dans le développement des personnes dans l'organisation:
 - i. Le « background » personnel, c'est-à-dire, la connaissance et l'expérience que chacun possède au sein de l'entreprise.
 - ii. La capacité créative, relative à la forme dans laquelle le travailleur combine son « background » pour la génération et l'application d'idées nouvelles et la solution de problèmes concrets.
 - iii. La motivation comme moteur qui amène le travailleur à mettre en œuvre sa capacité créative et son « background » afin de répondre à ses inquiétudes personnelles pour l'amélioration de la compétitivité et les résultats de l'entreprise où il met en pratique son activité.

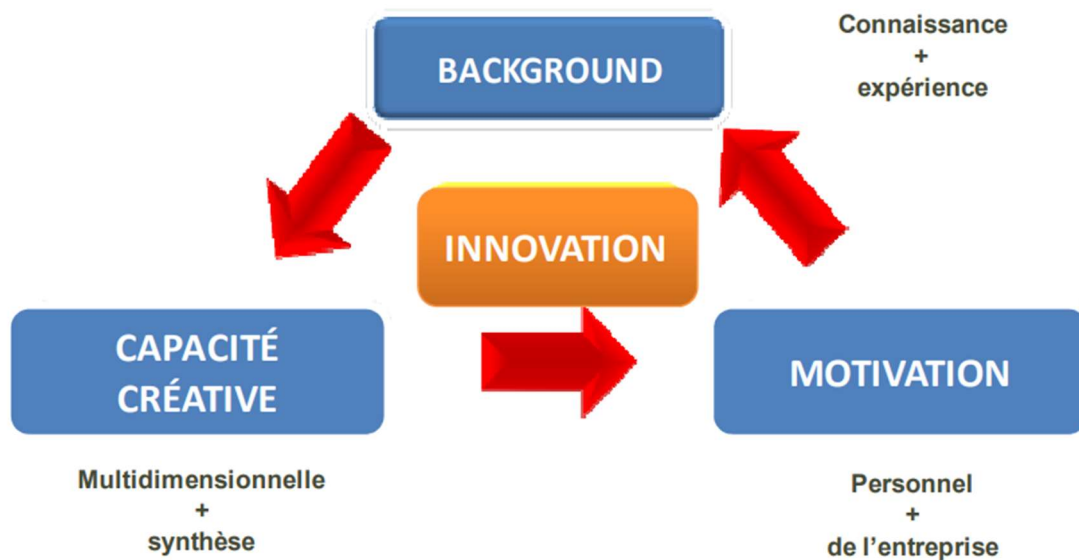


Figure 4.2 Axes de la créativité dans les organisations

A partir de ces trois axes, un aspect intéressant consiste à réfléchir sur les mécanismes corrects par lesquels les entreprises peuvent incorporer la créativité dans leur activité quotidienne. Sur le

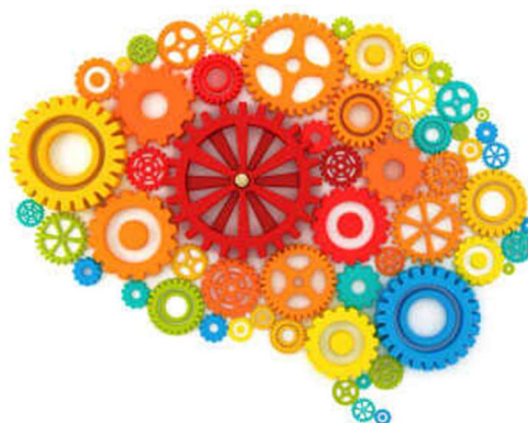
tableau 4.2, on remarque certains des mécanismes qui peuvent être utilisés par différents services de l'entreprise:

Tableau 4.2. Mécanismes d'incorporation de la créativité aux activités de l'entreprise

Domaine/service	Mécanismes d'incorporation
Direction stratégique	• Définition stratégique • Élaboration des lignes de produits et services • Définition des valeurs de entreprise • Mise en oeuvre d'un système d'objectifs et de motivation
Processus de production/fabrication	• Gestion de projets • Certifications de qualité/environnementales • Innovations technologiques du processus
Administration et gestion	• Nouvelles techniques de gestion
Ressources humaines	• Actions de formation
Marketing/commercial	• Nouveaux modèles de commercialisation

4.3. Comment renforcer la créativité en entreprise?

La créativité, tout comme la capacité d'allier connaissance, savoir-faire et expériences diverses pour résoudre des problèmes et générer de la valeur, est en fin de compte ce qui différencie les entreprises les unes des autres et ce qui au niveau de l'économie dans son ensemble trace le chemin du progrès et du développement. Par conséquent, il semble intéressant de prendre le temps de comprendre en quoi consiste la créativité dans le contexte de l'entreprise ainsi que les mécanismes qui ont été mis en œuvre par les pouvoirs publics pour la soutenir.



La créativité des personnes en entreprise peut être stimulée grâce à l'utilisation de techniques spécifiques ou bien en garantissant leur interaction avec un environnement (celui de l'entreprise) favorable à la créativité. Les principales techniques font référence à :

- la gestion intégrale d'idées qui se transforment en projets et finalement en produits innovants ;
- la formation continue basée sur la génération d'idées et leur mise en œuvre ;
- des modèles concrets de commercialisation : à la gestion flexible de ressources humaines et à la participation de tout le personnel pour trouver des solutions aux problèmes et aux projets de l'entreprise, etc.

Par ailleurs, un environnement entrepreneurial favorable doit permettre à la créativité et l'innovation de s'exprimer pleinement comme des valeurs de l'entreprise et sont développées en tant que telles.

L'environnement de travail doit être multidisciplinaire et les différences doivent enrichir et non pas limiter les employés.

Il doit exister une transparence élevée et les canaux de communication entre les travailleurs et les différents départements doivent être fluides ; la direction devant être impliquée dans la créativité et l'innovation, etc. Par conséquent, du point de vue de l'entreprise, améliorer les niveaux de créativité passe par l'amélioration de tous ces éléments (et beaucoup d'autres).

Cependant, cette amélioration dans les entreprises, ainsi que l'adoption progressive de techniques et dynamiques créatives, n'est pas une question simple et elle est encore moins naturelle ou spontanée.

De nombreuses entreprises rencontrent des difficultés ou ignorent comment mettre en œuvre ces techniques, comment adopter une culture qui favorise la créativité.

Chapitre 5

Lancer et faire fonctionner une entreprise

- Choisir un marché approprié
- Choisir l'emplacement de son entreprise,
- Les formes juridiques de l'entreprise
- Recherche d'aide et de financement pour démarrer une entreprise
- Recruter le personnel
- Choisir ses fournisseurs

5.1. Les critères importants pour choisir un emplacement

Nous vous conseillons de choisir votre emplacement en classant vos opportunités grâce à des critères. Voici quelques éléments importants pour choisir l'emplacement de votre future entreprise :

- **La visibilité-** La visibilité que vous apporte l'emplacement choisi est un critère plus ou moins important suivant votre activité. Une vitrine bien visible est importante si vous comptez sur la clientèle de passage.
- **Le type de zone-** en fonction de votre métier, vous devez choisir la zone dans lequel vous devez vous implanter. Il faut plutôt cibler le centre-ville et les zones commerciales pour les boutiques de prêt-à-porter, la périphérie pour les activités de transport et les activités industrielles...
- **La clientèle-** le choix de l'emplacement se fait également en fonction du lieu où se trouve votre clientèle. Il se peut très bien qu'elle soit située dans des zones bien définies.
- **La concurrence-** il peut être compliqué de réussir à développer son activité en s'implantant dans une zone où se trouvent déjà de nombreux concurrents. Toutefois, pour certaines activités, il peut s'agir d'un critère essentiel.
- **L'accessibilité-** votre emplacement doit être facilement accessible pour vos clients et vos fournisseurs. Par exemple, une activité de commerce de gros ne peut être implantée dans une rue piétonne. Quels sont les accès routiers ? en transport en commun ? quelles sont les possibilités de stationnement ?
- **L'attractivité-** l'emplacement doit idéalement se situer dans une zone attractive où vos clients se rendent facilement.
- **La configuration-** la configuration des lieux où se trouve le local peut être importante. Une boutique peut avoir du mal à fonctionner si elle se situe le long d'une rue où aucun



stationnement n'est prévu. Egalement, il faut que l'emplacement choisi vous permette de respecter toutes les règles applicables aux commerces (sécurité, accessibilité...).

- **L'évolution**- il faut se renseigner sur les changements qui ont impacté la zone dans laquelle se situe l'emplacement et sur les évolutions possibles.
- **Le prix**- ce critère s'applique à la plupart des projets de création. Le budget prévu dans votre business plan pour le local est un critère de choix et il ne vous permettra peut-être pas de vous implanter dans les zones prisées.

En fonction de votre stratégie et de votre activité, certains paramètres devront être privilégiés alors que d'autres n'auront que peu d'importance.

Le choix de l'emplacement doit être bon car il conditionne la réussite de votre activité. Les avis de plusieurs personnes à propos de votre choix sont les bienvenus.

Enfin, lorsque vous visitez un local situé dans une zone où il existe de nombreux autres emplacements disponibles, il faut être prudent et en rechercher le motif.

5.1.1. Le choix de l'emplacement pour les prestataires de services

Le choix de l'emplacement pour une activité de **prestation de services** dépend du mode d'exercice :

- Le choix a peu d'importance pour les prestataires qui travaillent essentiellement chez leurs clients et qui ne comptent pas sur la visibilité physique que pourrait leur apporter leur vitrine. Dans cette situation, le professionnel domicilie souvent l'entreprise à son domicile personnel lorsqu'il n'emploie pas de salariés.
- Par contre, le choix de l'emplacement a de l'importance pour les prestataires qui comptent développer leur clientèle notamment grâce à la visibilité de leur vitrine. Il est dans ce cas déconseillé d'exercer de chez soi, il faut choisir un emplacement avec suffisamment de passage et permettant d'avoir une vitrine bien visible.

Certains prestataires spécialisés peuvent également avoir intérêt à trouver un emplacement auprès de leurs clients potentiels si ces derniers sont regroupés dans des zones (zones industrielles par exemple).

5.1.2. Le choix de l'emplacement pour les activités de négoce

Pour les **activités de négoce**, l'emplacement choisi doit être suffisamment accessible pour que vos fournisseurs puissent vous livrer dans de bonnes conditions, notamment en cas de livraison par camions.

Les entreprises qui proposent la livraison des produits aux clients doivent privilégier les emplacements situés à proximité des grands axes routiers pour réduire les temps de livraison.

5.1.3. Le choix de l'emplacement pour les activités de vente de détail

Les commerçants qui vendent leur produit en **boutique** doivent choisir un emplacement avec suffisamment de visibilité et de passage. L'accès doit également être assez simple. En fonction des produits vendus, la clientèle de passage conditionnera la réussite du projet (c'est le cas pour une boutique de souvenirs par exemple).

Certaines boutiques doivent privilégier les emplacements dans les zones commerciales pour avoir de bonnes chances de succès, c'est notamment le cas pour les magasins de prêt-à-porter, les bijouteries, les opérateurs de téléphonie mobile...

5.1.4. Le choix de l'emplacement et les aides fiscales

Si vous n'avez pas vraiment de contraintes dans le choix de votre futur emplacement, il convient de se renseigner à propos de l'existence éventuelle de **zones dans lesquelles vous pourriez obtenir des avantages fiscaux** en cas d'implantation et d'exercice de votre activité.

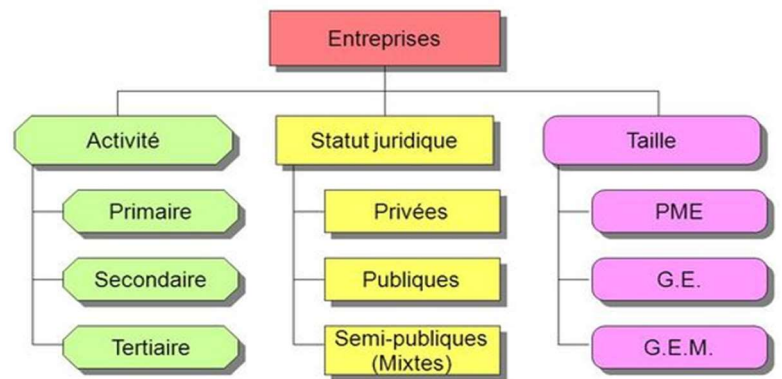
Ces aides peuvent par exemple prendre la forme d'une exonération temporaire d'impôt sur les bénéfices et/ou de contribution économique territoriale, il s'agit d'un avantage fiscal intéressant pour un entrepreneur.

Les zones en question peuvent par exemple être des zones franches urbaines, des zones de revitalisation rurale ou des zones d'aide à finalité régionale.

5.2. Classification des entreprises

5.2.1. La classification selon la nature économique

Cette classification peut se faire selon trois aspects : Classification par secteur. Classification par type d'opérations accomplies et Classification selon la branche d'activité.



5.2.2. La classification par secteur

On distingue :

- Le **secteur primaire** qui regroupe toutes les entreprises utilisant à titre principal le facteur naturel. Il englobe l'agriculture, l'élevage, la pêche, etc...
- Le **secteur secondaire** qui réunit toutes les entreprises ayant comme activité la transformation de matières premières en produits finis et englobe donc toutes les industries.
- Le **secteur tertiaire** qui rassemble toutes les entreprises prestataires de services. Sa composition est très hétérogène car il regroupe tout ce qui n'appartient pas aux deux autres secteurs, à savoir : les activités de distribution, de transport, de loisir, de crédit, d'assurance, hôtellerie,

5.2.3. La classification selon le type d'opérations accomplies

Les opérations effectuées dans une entreprise peuvent être classées en **5 catégories** :

- **Les opérations agricoles** : ce sont des opérations dans lesquelles le facteur naturel est prédominant.
- **Les entreprises industrielles** : effectuent des opérations de transformation de la matière en produits finis.
- **Les entreprises commerciales** : réalisent les opérations de distribution des biens et assurent la fonction de grossiste (c'est-à-dire l'achat en grande quantité directement chez le fabricant et la

vente en grande quantité au revendeur) ou de semi-grossistes (stade intermédiaire entre le grossiste et le détaillant) ou de détaillants qui vendent directement au consommateur.

- **Les entreprises de prestations de service** : fournissent deux types de services : - service de production vendue à d'autres entreprises : société d'étude, agences de publicité... -service de consommation : entreprises rendant des services aux consommateurs (transport, Page 3 restaurants, locations...)

- **Les entreprises financières** : réalisent des opérations financières à savoir : La création, la collecte, la transformation et la distribution des ressources monétaires et des ressources d'épargne. Elles sont constituées par les banques.

5.2.4. La classification selon la branche d'activité

À la différence du secteur, qui rassemble des activités variées, la branche ne regroupe que les entreprises fabriquant, à titre principal, la même catégorie de biens, entreprises de l'industrie pharmaceutique, industrie... Les entreprises d'une même branche ont pour points communs :

- L'usage d'une même technique ;
- L'utilisation des mêmes matières premières ;
- Des intérêts communs dans certains domaines : ce qui leur permet de regrouper certaines de leurs activités et de créer des services communs, notamment de recherche, d'achat ou de vente, filiales communes.

5.2.5. La classification selon la taille.

Selon sa dimension, l'entreprise va du simple atelier jusqu'à la grande entreprise.

a- **Effectif du personnel employé** : selon ce critère, on distingue :

- Les **très petites entreprises** (TPE) qui emploient moins de 5 employés ;
- Les **petites entreprises** (PE) qui emploient un effectif compris entre 5 et 10 salariés ;
- Les **moyennes entreprises** (ME) employant un effectif compris entre 10 et 100 salariés (ce nombre peut aller à 500) ;
- Les **grandes entreprises** qui emploient plus de 500 salariés.

5.2.6. Selon le chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires Permet d'avoir une idée sur le volume des transactions de l'entreprise avec ses clients. L'importance d'une entreprise peut se définir par le volume de ses transactions. Ce critère est important pour les raisons suivantes :

- Il est utilisé pour apprécier l'évolution des entreprises et pour les classer par ordre d'importance selon leur chiffre d'affaires.
- Pour l'entreprise, il constitue un outil de gestion : la variation du chiffre d'affaires permet à l'entreprise de mesurer la pertinence de ses méthodes de ventes. Ainsi, une baisse du chiffre d'affaires est souvent interprétée comme un indicateur important de la mauvaise santé de l'entreprise. Il est utilisé à des fins comparatives dans la mesure où il permet à l'entreprise de se positionner par rapport aux autres entreprises de la même branche.

5.2.7. La classification juridique

Le terme « entreprise » désigne, d'un point de vue juridique, toute activité économique humaine, alors qu'une personne morale, aux termes de la loi, constitue une entité juridique qui possède

tous les attributs de la personne physique sans en être une. Cette personne morale (par exemple la compagnie) reste distincte des personnes physiques qui l'animent. Dès lors, la personne physique et la personne morale possèdent des patrimoines distincts.

Il existe plusieurs formes juridiques vous permettant de créer l'entreprise qui répond à vos attentes, seul ou avec des associés, ce choix s'avère fondamental, voire crucial, car il fixera le mode d'imposition approprié, tel que défini par la législation fiscale, ainsi que les responsabilités et les obligations en découlant.

L'entreprise revêt différentes formes juridiques que représentent:

5.2.7.1. L'entreprise non constituée en personne morale (personne physique)

- l'entreprise individuelle
- la société civile de personnes
- la société en nom collectif
- la société en commandite
- la société en participation.

5.2.7.2. L'entreprise constituée en personne morale

- La société par actions (également nommée compagnie, ou personne morale de droit privé à but lucratif);
- **L'organisme** à but non lucratif (personne morale à but non lucratif);
- **La coopérative.** Le droit commercial algérien est similaire à celui en vigueur dans de nombreux pays. Il est fondé sur la liberté du commerce et d'établissement. Les personnes physiques et morales nationales et étrangères ont le droit de s'établir et d'avoir la qualité de commerçant en Algérie. Celle-ci est soumise à inscription au registre de commerce ou à ouverture d'un bureau de représentation (qui n'est pas inscrit au registre de commerce). Cependant, et parmi les commerçants, seules les sociétés (y compris les EURL), ont le droit d'exercer une activité commerciale d'importation ou d'exportation. Ces derniers deviennent au capital social de 2 millions de DA au minimum.
- **La société à responsabilité limitée (SARL)** : La société à responsabilité limitée correspond au statut d'une petite ou moyenne entreprise. Son capital ne peut être inférieur à 100 000 DA et est divisé en parts sociales d'égale valeur nominale de 1000 DA au moins. Le nombre d'associés est de 1 à 7. Ils n'ont pas nécessairement la qualité de commerçant. Elle est dirigée par un gérant qui peut être algérien ou étranger, associés ou salarié.
- **La société unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL)** : C'est une SARL dont le nombre d'actionnaires est limité à un. Elle favorise l'initiative privée des entrepreneurs individuels auxquels elle permet d'accéder aux mêmes types d'activités que la SARL, y compris le commerce extérieur, tout en préservant leur patrimoine personnel qui reste indépendant de celui de la Société.
- **La société en nom collectif (SNC)** : Dans cette société, tous les associés ont individuellement la qualité de commerçant. Ils sont indéfiniment et solidairement responsables des dettes sociales. Les parts sociales sont nominatives et ne peuvent être cédées qu'avec le consentement unanime des associés.

En choisissant cette forme d'entreprise, sachez que:

- C'est une société de personnes;

- C'est en général une entreprise familiale;
- Le nombre minimum d'associé est de deux;
- Il n'y a pas de minimum de capital social exigé;
- Le capital social est divisé en parts sociales;
- les parts sociales ne peuvent être cédées qu'avec le consentement de tous les associés;
- La gérance appartient à tous les associés, sauf stipulation contraire des statuts qui peuvent désigner un ou plusieurs gérants, associés ou non ;
- A cause de la confusion entre votre patrimoine et celui de l'entreprise, l'acquittement des dettes de l'entreprise peut s'étendre à vos biens personnels;
- L'immatriculation au registre du commerce confère la qualité de commerçant.

On distingue :

- **La société en commandite simple** : Ses règles sont calquées sur celles de la société en nom collectif. Elle est composée des commandités dont le statut est identique à celui des associés d'une société en nom collectif, et les commanditaires qui ne répondent du passif social qu'à concurrence de leurs apports.
- **La société en commandite par actions** : Cette société est une forme hybride de la société en nom collectif et de la société par actions.
- **Le groupement** : Il peut être constitué sans capital, entre deux ou plusieurs personnes morales, pour une durée déterminée et ceci en vue de mettre en œuvre tous les moyens propres à faciliter ou à développer l'activité économique de ses membres, à améliorer ou accroître les résultats de leurs activités.

5.3. Le processus de recrutement

Le processus de recrutement fait partie intégrante d'une politique interne de gestion des ressources humaines de l'entreprise. Bien mené, il permet de recruter les talents de demain, nécessaires à la croissance de l'entreprise. Mais également de véhiculer une bonne image de marque. D'où l'importance de le soigner.

5.3.1. Quelles sont les étapes du processus de recrutement

Savoir bien recruter, c'est avant tout une question de méthodologie. Incontournable de la vie de l'entreprise, le processus de recrutement se compose de plusieurs étapes clés qu'il est important de peaufiner. Voire même d'améliorer sans cesse grâce aux feedbacks que les nouvelles recrues peuvent donner de leur expérience. Pour un processus de recrutement efficace, il est important de :

1. Commencer par **définir le besoin en recrutement** de l'entreprise :
 - Sur quel poste recruter (préparer une fiche de poste) ?
 - À partir de quelle date ?
 - Quel profil de poste ?
 - Quel type de contrat de travail (CDD, CDI, intérim, alternance, stage...) ?
 - Quelle expérience candidat souhaitée ?
 - Quelles compétences techniques et comportementales attendues ?
 - Quelle fourchette de salaire proposer ?

2. **Rédiger une offre d'emploi:** découvrez tous nos conseils pour rédiger une annonce de recrutement qui fonctionne.
3. **Diffuser l'offre d'emploi:** pour toucher le maximum de candidats potentiels, les jobboards comme Cadremploi sont très efficaces.
4. **Trier minutieusement les candidatures reçues et sélectionner les meilleures:** c'est le 1^{er} filtre opéré par le service des ressources humaines ou l'opérationnel en charge du recrutement.
5. **Organiser les entretiens d'embauche:** c'est le 2^e Individuels ou en groupe, ils permettent d'affiner le profil du candidat et de vérifier sa compatibilité avec l'entreprise. La préparation d'une grille d'entretien permet d'harmoniser cette étape clé.
6. **Faire un retour**, qu'il soit positif ou négatif, au candidat. Plus encore, lui donner une explication sur les raisons de ce choix.
7. **Intégrer dans l'entreprise** la nouvelle recrue : l'onboarding fait partie intégrante du processus de recrutement. Cette dernière étape ne doit pas être laissée de côté. Une bonne intégration permet de fidéliser le salarié. Parcours d'intégration, déjeuner d'accueil... La nouvelle recrue doit être accompagnée les premières semaines qui suivent son arrivée.

Toutes ces étapes doivent faire l'objet d'une attention particulière pour laisser une bonne image de marque au candidat, qu'il soit ou non retenu.

Les étapes du processus de recrutement



Chapitre 6

Elaboration du projet d'entreprise

- *Le Business Model et le Business Plan*
- *Réaliser son projet d'entreprise avec le Business Model*

Vous avez un projet de création d'entreprise ?

*Le business plan (ou plan d'affaires) est un **document écrit** qui présente en détail votre projet de création entreprise. Le business plan sera l'outil **pour convaincre** les **banques** et les **investisseurs**.*

6.1. Définition

Le business plan, autrement appelé plan d'affaires, est un document synthétique qui permet de structurer, mais aussi de présenter de façon simple et efficace les tenants et aboutissants d'un projet. Il est indispensable à tout créateur d'entreprise, qu'il s'agisse de la création ou de la reprise d'une organisation, mais aussi d'un projet de développement de l'activité de l'entreprise.

En plus de vous permettre de mettre à plat toutes les idées associées à votre projet, il permet de présenter à vos lecteurs, vos objectifs dans leur ensemble, de saisir vos missions, mais surtout, idéalement, d'adhérer à vos valeurs et donne :



- Une présentation du ou des porteur(s) du projet,
- Une présentation des produits et/ou services proposés et pour quelle cible,
- Une analyse de la concurrence et ce qui vous distingue,
- Les besoins financiers du projet et comment y répondre,
- Les étapes de déploiement du projet,
- Une anticipation du retour sur investissement.

Il convient également de donner une vue d'ensemble des actions qui seront menées par l'entreprise, les moyens déployés pour y parvenir, mais également de préciser une temporalité pour atteindre ses objectifs.

6.2. À quoi sert le business plan

Un business plan est en fait un guide et un outil vendeur, **rassurant**, c'est-à-dire réaliste. Aussi, il sert d'argumentaire notamment pour le besoin de financement et le potentiel de rentabilité d'un projet, afin de convaincre de potentiels investisseurs, distributeurs et/ou partenaires commerciaux. Il représente également un document de référence pour le ou les créateur(s) d'une entreprise durant les étapes de déploiement d'un projet. De plus, Il devrait être construit à partir du **terrain**, des **recherches** et des **analyses** et il doit prouver que votre projet de création d'entreprise est **sérieux**.

Cependant, le business plan doit être à la fois synthétique et très précis avec des prévisions chiffrées.

6.3. Un outil adapté à chaque investisseur

Votre business plan est l'**outil** pour **convaincre** les investisseurs et tous ceux qui soutiendront votre projet. Il s'adresse donc aux **investisseurs** suivants :

- Banque
- État
- Collectivités locales
- *Business Personne qui investit de l'argent dans une entreprise innovante à fort potentiel. Elle est expérimentée et apporte des contacts, conseils. Elle espère faire une plus-value.*
- Futurs associés
- Tous ceux auprès de qui vous cherchez des fonds

Ainsi, en fonction de l'investisseur à qui vous vous adressez, vous mettez certaines informations en avant. Vous devez donc faire **plusieurs versions** de votre business plan selon chaque **destinataire**.

6.4. Les étapes du business plan

Pour construire un business plan, on doit passer **5 étapes** :

1. Introduction ou **pitch** de présentation (**executive summary**).
2. Présentation de votre **produit** (ou service)
3. Présentation de votre **business model** (appelé aussi *stratégie commerciale*)
4. Votre **étude de marché** (synthèse)
5. Votre **prévisionnel financier** (synthèse)

6.4.1. À quoi sert un pitch de présentation ?

Le *pitch* de présentation du business plan est aussi appelé **executive summary** (« résumé opérationnel » en français). Il s'agit de la présentation de votre **projet** de création d'entreprise et Il doit être **condensé**. Son objectif est de **convaincre** un interlocuteur en un temps **court**.

Ce document est un résumé du business plan sur 2 pages maximum (4 avec des images : 2 page de texte, 2 pages de visuels). Il introduit le business plan en reprenant les éléments forts de chacune des étapes :

- C'est une première lecture rapide qui permet aux financeurs de trier les nombreux projets de création d'entreprise pour lesquels ils sont sollicités.
- C'est une sorte de teaser pour susciter l'intérêt du lecteur et le pousser à lire l'intégralité du business plan.
- Il reprend les éléments forts pour chaque partie du business plan, et ce de manière chronologique.
- Il est placé en introduction mais représente la dernière tâche du business plan.

L'**objectif** de cette synthèse est de prouver :

- Votre capacité à créer et diriger une entreprise
- Votre adéquation avec le projet
- Votre sérieuse préparation du projet.
- Si vous êtes plusieurs associés, votre cohésion d'équipe.

Remarque- Il est conseillé de rédiger **plusieurs versions** de cette présentation selon chaque **investisseur** à convaincre.

Exemple -

-  Pour convaincre un investisseur public, vous insisterez davantage sur le service que vous rendez à la société.
-  Pour convaincre un *businessman qui investit de l'argent dans une entreprise innovante à fort potentiel, et qui espère faire une plus-value*, vous insisterez sur le caractère innovant de votre offre.

Ces informations doivent permettre de comprendre quelles sont vos **idées**, **vos valeurs**, ce qui **vous motive**, donc **le sens de votre projet**.

Si vous êtes plusieurs à porter le projet de création, on doit sentir la cohésion de l'**équipe** et la complémentarité des membres. Cette présentation doit prouver votre capacité à créer et **diriger** une **entreprise** sur le court et le **long terme**.

6.4.2. Quel est le contenu du pitch ?

Cette présentation doit permettre de **répondre** aux **questions suivantes** :

- **Qui êtes-vous** et quels sont les membres de votre équipe (collaborateurs, associés) ?
- Quel est votre **projet** ? Il s'agit du nom de votre entreprise, sa forme juridique, sa domiciliation, la nature de l'activité, l'histoire du projet.
- Quelle est votre **cible** ? Il s'agit de montrer que vous avez identifié vos futurs clients.
- Quel est l'**environnement** ? Il s'agit de montrer que vous avez identifié la concurrence, les contraintes, les risques, les tendances de votre marché, etc.
- Quelles sont vos ambitions de **développement** ? Il s'agit de montrer que vous avez une **vision** du projet à **court, moyen et long terme**.

- Expliquer quel est votre produit ou service.
- Vous décrivez **ce que vous allez vendre**.



Remarques-

- ✚ La présentation du business plan est en partie un résumé de l'étude du marché.
- ✚ Il faut éviter d'employer des termes trop techniques.
- ✚ Vous devez **être compris** par des personnes qui ne connaissent rien à votre domaine d'activité.
- ✚ Vous pouvez faire des schémas, dessins, etc. pour accompagner cette description du produit.

6.5. Définir la stratégie marketing ou business model

Vous devez présenter **comment vous allez vendre** votre produit ou votre service.

Le business model s'appelle de différentes façons : une **stratégie marketing**, une stratégie commerciale, un "*mix-marketing*" ou encore un **modèle économique**.

Le business model de votre entreprise doit répondre aux questions suivantes :

- De quelle façon allez-vous faire la **promotion** et la **publicité** de votre entreprise, de votre produit ou service ?
- Quels seront vos **tarifs** ?
- Quels seront vos **fournisseurs** ?
- Par qui sera fabriqué votre produit ou service ?
- Quels seront vos canaux de **distribution**, où sera vendu votre produit ou service



(internet, réseaux professionnels, boutiques etc.) ?

- Quelle sera la relation avec vos clients, comment les **fidéliser** ?
- Où seront **stockés** vos produits ?
- Quelles seront les pistes de **développement** de votre activité (internet, national, international, etc.) ?

6.6. Analyse des contraintes

Il s'agit de **prévoir** ce qui peut **freiner votre activité**. Vous devez identifier ce qui peut faire **grimper vos coûts** : stockage, production, distribution, communication.

Exemples-

- Le cours fluctuant des matières premières influe-t-il sur votre production ?
- Les fournisseurs du secteur ont-ils un monopole ?
- La demande vis-à-vis de votre produit est-elle saisonnière ?

Vous devez prouver que vous avez réfléchi aux **solutions** suivantes :

- Comment dépasser les contraintes
- Comment faire face à des pertes de bénéfices, à une hausse de vos charges, à de nouveaux concurrents, etc.

6.7. Rédiger la synthèse de votre étude de marché

L'objectif de l'étude de marché et de sa synthèse est d'expliquer :

- Quels sont vos futurs **clients** ?
- Quelle **plus-value** votre produit apporte-t-il sur le marché ?
- Dans quel **environnement** s'insère votre future activité ?

6.8. Rédiger la synthèse du prévisionnel financier

L'objectif d'un prévisionnel financier est de montrer que votre entreprise sera **rentable**. Il est aussi appelé plan de financements ou *budget prévisionnel*.

Le prévisionnel financier (ou budget prévisionnel) fait partie de votre étude de marché. Il s'agit de la dernière partie de votre étude de marché. Vous devez construire ce **budget** sur les **3 années à venir**. Ainsi, on doit **chiffrer** :

- Les charges, les dépenses nécessaires
- Les recettes (chiffre d'affaires)
- Les besoins de financements
- Les fluctuations de votre activité et celles du marché

Il se déroule en **4 parties** :

- ❖ Compte de résultat Bilan
- ❖ Plan de financement
- ❖ Budget ou plan de trésorerie

6.9. Les étapes pour créer un business plan

Un business plan se doit d'être clair et concis. Il doit également être exhaustif et faire preuve de transparence, notamment en ce qui concerne les besoins financiers. Il doit représenter au mieux

vosre vision et montrer que votre projet est fiable. Les 6 étapes pour concevoir un business plan efficace sont les suivantes :

- **Présenter le projet et l'équipe fondatrice**

Cette 1ère étape descriptive entend présenter le projet dans sa globalité, ainsi que les fondateurs et partenaires qui le portent. Concernant le projet, il s'agit ici de montrer succinctement en quoi il consiste. Cela signifie évoquer la nature du projet et l'offre qui en découle, le potentiel du projet dans le secteur d'activité auquel il est lié, et mentionner les besoins liés à celui-ci.

La présentation de l'équipe est également très importante. Celle-ci doit montrer que l'équipe fondatrice constituée dans le cadre de ce projet possède des compétences complémentaires et nécessaires à sa réalisation. C'est pourquoi il est recommandé de mentionner précisément le parcours de chaque membre. Cette présentation doit aussi montrer que les membres de l'équipe fondatrice partage la même vision.

- **Réaliser une étude de marché et de la concurrence**

Cette étape implique une étude approfondie de l'environnement, c'est à dire le marché ciblé et les concurrents sur le secteur. Ainsi, il convient d'expliquer à quel segment de clientèle vous souhaitez vous adresser. Cela implique une description détaillée des clients, leurs besoins, leurs critères d'achat, leurs habitudes de consommation, leur localisation ou encore leur budget.

De plus, cette partie sert à montrer les résultats de l'analyse de la concurrence, en se focalisant sur les principaux concurrents, mais surtout à montrer les opportunités observées sur le marché ciblé. Cette étape est également importante pour mettre en lumière les avantages concurrentiels sur lesquels vous pouvez miser.

- **Montrer la valeur ajoutée de vos produits ou services au sein du marché**

Suite à l'analyse concurrentielle, vous êtes en mesure de présenter l'offre que vous souhaitez proposer. Ce positionnement doit refléter ce qui va vous distinguer de la concurrence. Cette étape entend montrer la description détaillée de votre offre de produits ou de services (caractéristiques, prix, processus de vente, service client, etc.).

- **Préciser les besoins financiers et la forme juridique qui sont relatifs à votre projet**

Cette étape d'un business plan sert à indiquer des éléments clés pour la configuration de votre future entreprise tels que le financement du projet, le statut juridique de votre organisation ou encore la nécessité d'un local professionnel.

D'une part, en ce qui concerne les besoins financiers, il convient d'évoquer de manière concrète les ressources que vous souhaitez mobiliser pour réaliser votre projet et financer les dépenses et investissements. D'autre part, il vous faut afficher la forme juridique de votre future entreprise. Pour définir cette partie, vous pouvez vous faire accompagner par un professionnel.

- **Présenter le plan d'évolution des actions et les objectifs**

Cette étape sert à montrer les objectifs que vous vous fixez, qu'ils soient quantitatifs ou qualitatifs, tout en les rendant mesurables. En effet, il convient de présenter les actions qui vont être mises en œuvre pour atteindre vos différents objectifs et de préciser un temps de réalisation, afin d'établir un plan d'action complet.

○ Fournir un dossier financier

Cette partie de votre business plan est capitale. Son objectif est de fournir une analyse comptable détaillée et complète sur 3 ans. Ce dossier financier doit contenir notamment :

- **Le compte de résultat prévisionnel** : il sert à montrer votre rentabilité en recensant les informations relatives aux produits (chiffres d'affaires, etc.) et aux charges (achats, salaires, frais, impôts, etc.).
- **Le plan de trésorerie** : il implique l'analyse de l'évolution de votre trésorerie.
- **Le plan de financement** : il s'agit de l'ensemble des besoins financiers et ressources financières apportées au projet.

6.10. Les éléments indispensables pour votre business plan

Pour réussir son business plan, il convient de garder en tête que :

- **Le business plan n'est pas un document figé** - un business plan doit être adapté en fonction de votre interlocuteur (banquier, investisseur potentiel, distributeur, etc.). Il faut donc prévoir plusieurs versions de ce document, en faisant ressortir les informations prégnantes en fonction du destinataire.
- **L'executive summary est indispensable** - il s'agit de la partie introductive de votre business plan. Elle sert de résumé à l'ensemble de votre document, prenez donc le temps de soigner cette partie.
- **La présentation de votre business plan ne doit pas être négligée** - votre objectif doit être l'exhaustivité, la clarté et la cohérence sur le fond comme sur la forme. Ainsi, soignez vos chapitres, titres et intertitres, intégrez des visuels, un sommaire et/ou des annexes.
- **Les données chiffrées doivent être justifiées** - tous les chiffres avancés, notamment en ce qui concerne les prévisionnels financiers doivent être argumentés et basés sur des données fiables (étude de marché, enquête de terrain, etc.).

6.11. Comment construire un business plan

Étape 1 - Rédiger son executive summary

Pour faire un business plan, des étapes spécifiques sont à suivre.

Tout d'abord, l'introduction doit être consacrée à l'**executive summary** (ou "résumé opérationnel").

L'executive summary est une partie du business plan très courte (deux pages maximum) et d'une grande importance. L'objectif est de résumer l'essentiel de son business plan de manière très synthétique et de donner une **vision globale de son projet**. Les **éléments à inclure** sont les suivants : nom de l'entreprise, nature de son activité, valeurs et histoire du projet, audience cible et typologie du marché (concurrents, taille, opportunités). Il est souvent essentiel de présenter l'équipe dirigeante.

Étape 2 - Présenter l'équipe fondatrice

Pour créer un business plan personnalisé, dans lequel transparaissent les valeurs des fondateurs, il est essentiel de présenter la formation, le parcours et les compétences de chaque membre de

l'équipe. Le rôle de chaque co-fondateur, futurs associés de l'entreprise, devra également être précisé dans le business plan. Il est également nécessaire de désigner la personne qui aura le rôle de **représentant légal de la société** et de dirigeant.

Le but est de mettre en avant la complémentarité de leurs compétences respectives afin de convaincre les potentiels financeurs et partenaires de la pertinence de son projet.

Étape 3 - Exposer les valeurs de son projet

Il est essentiel d'exposer dans son business plan les valeurs qui animent l'équipe dirigeante et qui constituent le point de départ de sa motivation. Ces valeurs d'entreprise peuvent être le sens du service, l'expertise dans un domaine ou l'impact social du projet.

Étape 4 - Faire une étude de marché

Pour élaborer un business plan solide, trois éléments principaux doivent être analysés dans le cadre d'une **étude de marché** :

- **L'offre** : il faut identifier l'offre disponible sur le marché visé. Les concurrents en sont la composante essentielle. Il est important de savoir combien de concurrents sont présents sur le marché, la variété de leur offre et les tarifs pratiqués. Comprendre leur stratégie commerciale et opérationnelle est également essentiel pour appréhender au mieux l'offre existante sur le marché.
- **La demande** : il est également indispensable de procéder à une étude attentive de sa clientèle cible, de ses habitudes de consommation, de son budget moyen, de ses attentes non satisfaites, etc.
- **Une potentielle carence de marché** : l'identification d'un ou plusieurs besoins non satisfaits par la concurrence permet de déterminer les avantages concurrentiels exploitables par son entreprise.

Pour cerner son marché cible, le mieux est d'aller à la rencontre des clients, concurrents et autres acteurs du marché. La règle est simple : pour créer mon business plan, je dois être capable de comprendre les attentes concrètes de ma future clientèle.



Étape 5 - Définir sa stratégie commerciale

Pour définir une stratégie commerciale, de nombreux entrepreneurs utilisent la méthode des 4P (ou "Mix-marketing") :

- **Price** (prix) : il faut établir une liste de l'offre de produits et/ou services de son entreprise, les formules proposées et détailler les prix (grille tarifaire, tarifs dégressifs...), etc.
- **Product** (produit) : un catalogue des biens et/ou services doit être dressé, avec leurs caractéristiques, leurs atouts de différenciation, les packs proposés, les offres promotionnelles, etc.
- **Place** (distribution) : la stratégie de distribution doit être définie avec soin. Il faut déterminer par quels canaux l'entreprise vendra ses produits ou services (boutique physique, en ligne, en passant par des distributeurs ou autres intermédiaires, etc.).
- **Promotion** (communication) : ce point correspond à la stratégie de communication (étape 6 pour savoir comment faire un business plan).

La stratégie commerciale sert à définir de quelle façon l'entreprise réussira à intégrer le marché. La stratégie de communication, quant à elle, permet de faire connaître l'entreprise auprès de ses futurs clients.

Étape 6 - Déterminer sa stratégie de communication

Déterminer sa **stratégie de communication** pour monter un business plan permet de :

- **Définir l'image de son entreprise** : c'est donner une identité propre à son entreprise en choisissant sa charte graphique (logo, couleurs...) et son discours commercial (mots clés à employer pour déclencher la vente).
- **Faire connaître son entreprise** : il faut déterminer les canaux qui seront exploités pour faire la promotion de son entreprise (création d'un site web, distribution de flyers, réseaux sociaux, journaux, TV, publicité dans les transports...).

La stratégie de communication ne doit pas être négligée dans son business plan. **Effectuer un business plan** de qualité est le début de votre stratégie marketing. Aujourd'hui, réfléchir à une stratégie de communication en ligne est un enjeu vital.

Étape 7 - Etablir son business model

Construire un business plan convaincant implique de déterminer le **modèle économique** de son entreprise. Cette partie se prête particulièrement bien à l'élaboration de **tableaux prévisionnels financiers**. Deux tableaux doivent impérativement figurer afin de présenter son modèle économique :

✓ **Tableau sur le chiffre d'affaires minimum espéré**

Ce tableau doit présenter, de façon réaliste, le chiffre d'affaires espéré. Ainsi, il faut estimer :

- Le nombre de ventes réalisables par jour et le **panier moyen d'un consommateur**.
- Les **coûts liés à la création et au fonctionnement de son entreprise** (loyer si location d'un local, coût de fabrication du produit ou de fourniture du service, coûts d'achat des matières premières, remboursement d'un emprunt, impôts, salaires, rémunération des dirigeants, etc.).

Enfin, comparer son modèle économique à ceux pratiqués dans le secteur cible permet d'évaluer la pertinence de son **business model**.

✓ Tableau sur le plan de financement

Encore une fois, il s'agit d'être réaliste. Minimiser volontairement ses besoins financiers pour obtenir des financements plus facilement serait une erreur. Cela serait interprété comme une mauvaise anticipation de la part de l'équipe dirigeante.

Le plan de financement doit décrire :

- La **totalité des besoins** nécessaires pour lancer son activité ;
- Les **ressources déjà mobilisées** (ressources internes).

Résultat - la différence entre les deux permet de déterminer son **besoin de financement extérieur**.

Étape 8 - choisir la forme juridique de son entreprise

Le choix de la forme juridique de son entreprise jouera un rôle dans l'**élaboration de son business model** et de son business plan.

En fonction du statut juridique choisi, **les régimes fiscaux et social applicables et les dépenses afférentes** (régime d'imposition, charges sociales et frais administratifs) **seront différents**. Ces frais doivent être pris en compte dans le prévisionnel des dépenses de création et de fonctionnement de son entreprise.

Étape 9 - Trouver des financements

À ce stade de rédaction de son business plan, vous avez en mains tous les éléments clés qui caractériseront votre entreprise et qui lui permettront d'atteindre, à terme, le seuil de rentabilité. Pour finir de construire un business plan, il ne reste plus qu'à **détailler les solutions de financement externes** de votre entreprise.

Pour partir à la conquête des financements extérieurs, nécessaires au lancement de son activité, se munir de son business plan est indispensable. Présenter un business plan solide permet d'obtenir plus facilement des financements auprès de ses potentiels investisseurs, des banques ou encore de bénéficier des aides à la création d'entreprise allouées par l'État.