

VOUS ETES AU STADE DE L'IDEE

I. ÊTES-VOUS FAIT POUR DEVENIR CHEF D'ENTREPRISE ?

Avant de monter votre projet, vous devez déterminer si vous êtes capable ou non d'être chef d'entreprise. Il s'agit de définir dans un premier temps si vous avez l'état d'esprit et la motivation. Dans un second temps, il s'agit de lister vos aptitudes, vos points forts et vos faiblesses et de vous améliorer.

Avez-vous l'état d'esprit qui convient ?

Il est important de définir quels sont vos traits de caractère principaux. Ensuite, vous cibleriez ceux qui vous seront utiles pour réussir à entreprendre. Vous pouvez utiliser les tests élaborés par CCI France : Ces tests accompagnent votre réflexion. Ils ne constituent pas des réponses définitives sans alternatives. Il est possible de trouver chez vous d'autres atouts. Vous pourrez toujours acquérir de nouvelles compétences.

Exemple

- Si vous n'êtes pas méthodique ou organisé, vous pouvez alors choisir de vous entourer d'un équipier qui le sera.
- Si vous n'êtes pas imaginatif, vous pouvez réussir grâce à d'autres atouts : bonne gestion des risques, prévoyance, etc.

Comment équilibrer vos atouts et vos points faibles ?

En tant qu'entrepreneur, vous pouvez être confronté à des difficultés. Ces difficultés peuvent être liées à votre activité, à votre environnement ou à votre personnalité. Elles sont d'ordre professionnel, personnel, financier, familial, écologique, etc.. Vous pouvez les maîtriser. La clé d'une bonne gestion des risques réside dans leur identification et dans l'anticipation. CCI France propose un guide pour réduire ces risques.

Après avoir identifié vos traits de caractère, vous savez quels sont les points faibles. Voici des idées pour les minimiser : Faites des formations

- Les CCI proposent des formations à la suite desquelles vous obtenez une certification des compétences en entreprise (CCE) Certification des compétences en entreprise (CCE)
- Si vous êtes demandeur d'emploi, Pôle emploi propose des formations de préparation à la création d'entreprise
- Initiez-vous à la gestion et à la comptabilité

Ne restez pas seul

- Rencontrez des entrepreneurs
- Faites-vous accompagner par des réseaux professionnels
- Allez aux salons qui sont en lien avec votre future activité
- Faites-vous accompagner par les conseillers des CCI de votre département :

BPI Création propose un outil de recherche pour **trouver l'accompagnement adapté à votre situation** :

Protégez votre entourage

- Échangez avec vos proches sur votre futur rythme de travail : travail le week-end et en soirée, pas de congé pendant un temps
- Assurez-vous du soutien de la personne avec qui vous vivez
- Protégez la personne avec qui vous vivez et votre famille des problèmes financiers liés à votre entreprise (exemple : choix du régime matrimonial, d'un contrat de mariage et d'un statut juridique de votre entreprise adaptés à votre situation)

Gérez votre stress

- Faites du sport pour décompresser
- Respecter votre temps de sommeil nécessaire

II. VOTRE IDÉE DE BUSINESS PEUT-ELLE RÉUSSIR ?

Pour réussir, votre idée doit respecter certains principes. Vous devez à la fois suivre vos envies et connaître les aspects de l'économie du marché. Vous devez être prêt à faire évoluer votre idée au cours de la construction du projet. Il y a 5 grandes règles à respecter.

1. Votre idée doit vous correspondre

Elle doit être en accord avec vos valeurs, votre personnalité, vos envies, vos choix de vie. L'idée doit vous plaire pour que votre motivation dure dans le temps et vous permette de traverser les difficultés.

2. Votre idée doit répondre à un besoin sur le marché

Votre idée doit satisfaire un besoin insatisfait ou mal satisfait. Ce besoin doit être partagé par un nombre important de clients potentiels. Un client achète un produit pour satisfaire un besoin. Il s'agit :

- Soit de répondre à une nécessité (se loger, se nourrir, apprendre, etc.)
- Soit de résoudre un problème (se faire livrer, apprendre à distance, entretenir un jardin, etc.)
- Soit de se faire plaisir (partir en vacances, manger des glaces sur la plage, etc.)

CCI France propose un outil d'analyse permettant de savoir si votre idée est viable sur le marché :

CCI France propose également un guide des idées de produits ou services soit en partant de vos envies, soit en partant des besoins sur le marché.

À noter

l'étude de marché que vous ferez vous donnera des éléments de réponse indispensables.

3. Votre idée doit être confrontée aux autres

Demandez des avis et conseils autour de vous pour tester les réactions vis-à-vis de votre idée. Cherchez des personnes qui ont déjà fait le même parcours que vous.

Cherchez des avis auprès des entrepreneurs qui travaillent sur le même secteur du marché que vous.

Clubs d'entrepreneurs

Vous pouvez vous rapprocher de clubs d'entrepreneurs.

Associations d'étudiants

Vous pouvez aussi vous rapprocher des associations d'étudiants (Essec, HEC, Supélec, X, etc.) comme Junior entreprises. Pépite France est une association qui vous propose un accompagnement par des étudiants entrepreneurs.

4. Votre idée doit être différente des autres

Une idée n'a pas forcément besoin d'être innovante (novatrice) pour réussir. Vous devez apporter un « plus » qui va vous différencier des concurrents. Votre idée doit rendre un service que les clients ne trouvent pas ailleurs de la même façon.

À noter

L'étude de marché vous aidera à cibler quels sont vos concurrents.

Vous devez aussi vérifier que quelqu'un n'a pas déjà eu la même idée que vous.

Une idée ne peut pas être protégée.

Elle doit être matérialisée dans un objet pour avoir droit à une protection.

Vous devez chercher si un brevet d'invention n'a pas déjà été déposé avec votre idée.

Le site de l'Inpi vous permet de faire cette recherche :

5. Votre idée doit être correctement mise en œuvre

Il s'agit de la manière dont votre équipe, vous, les clients et votre idée vont s'orchestrer. Concrètement, ce sont vos choix d'organisation, de management, de collaborateurs et de modèle économique.

En résumé

Vous devez :

- **Réfléchir** à vos envies, vos valeurs, mais aussi à vos futurs clients, les consommateurs actuels, leurs problèmes, leurs habitudes
- **Confronter** votre idées aux autres

- **Construire** votre projet. Cela commence par une **étude de marché** et votre business plan.

III. FAIRE UNE ÉTUDE DE MARCHÉ

Réaliser une étude de marché est indispensable avant de créer votre entreprise. Elle permet de savoir si votre idée a une chance ou non d'être rentable. L'étude doit se faire en plusieurs étapes.

Informations à connaître au préalable

Qu'est-ce que le marché ?

C'est la rencontre entre les **4 éléments** suivants :

- Le produit que vous allez vendre : l'**offre**
- Les clients qui vont l'acheter : la **demande**
- L'**environnement** : l'époque, le lieu, les tendances, les technologies, les concurrents, la législation, etc.
- La façon dont vous allez le vendre : les canaux de distribution et la **stratégie commerciale** (marketing)

Qu'est-ce qu'une étude de marché ?

Elle consiste en la description précise et l'**analyse** fine des **4 éléments** qui constituent votre marché.

Quels outils utiliser ?

Pour réaliser votre étude de marché, vous avez besoin des outils suivants :

- Enquêtes de terrain
- Questionnaires
- Recherches (internet, sites officiels, sites économiques, presse spécialisée, réseaux sociaux, blogs)
- Analyses et conclusions à partir de ces éléments récoltés

Vous devez interroger vos éventuels concurrents, les entrepreneurs du secteur, les professionnels, les futurs clients, des accompagnateurs de projets (CCI, CMA, Pôle emploi, réseaux d'entrepreneurs, pépinières d'entreprises).

Vos analyses doivent être fondées sur la **réalité du terrain** (du marché) et sur des **données chiffrées**.

Qui réalise l'étude de marché ?

1^{ère} possibilité : vous-même

Vous pouvez réaliser **vous-même** votre étude de marché.

Vous n'avez pas besoin d'avoir fait des études d'économie pour réaliser votre étude de marché.

Il suffit de prendre le temps nécessaire.

2^{ème} possibilité : un tiers

Vous pouvez la **faire réaliser**, mais il est impératif que **vous y participiez de près**.

Les organismes suivants peuvent réaliser votre étude :

- Des **accompagnateurs professionnels** : CCI, CMA, Réseau Entreprendre , BGE Appui aux entrepreneurs : faible coût ou gratuit ou financements possibles
- Des **étudiants en école de commerce** : faible coût ou gratuit
- Des **cabinets d'étude privés** (experts en entreprises, en fiscalité, experts-comptables, etc.) : payant (entre **2 000 €** et **7 000 €** environ), mais des financements sont possibles

Pour vous aider à trouver un accompagnateur professionnel, BPI Création propose un outil de recherche :

Quelle est votre offre ?

Il s'agit de **votre produit** (ou votre service).

Vous devez décrire votre produit.

Vous devez **répondre aux questions suivantes** :

- Que représente votre produit, quelle est son image dans l'esprit des consommateurs ? Que symbolise-t-il ?
- Quelle est sa valeur ajoutée par rapport aux produits des concurrents ?
- À quel besoin répond-il ?
- Quelle solution apporte-t-il ?
- Quel espoir apporte-t-il ?

Quelle est votre demande ?

Ce sont les **clients**.

Vous devez décrire vos futurs clients.

Soyez **le plus précis** possible.

Vous devez **répondre aux questions suivantes** :

- À qui s'adresse votre offre de produits ou de services ?
- Où vivent vos futurs clients ? Comment ?
- Quel est leur âge, leur sexe ?
- Quelles sont leurs habitudes, leurs loisirs ?
- Quels sont leurs problèmes ? Et les solutions qu'ils choisissent ?
- Quels sont leurs relations sociales ? Leurs réseaux ? Leurs moyens de communication ?

Quel est votre environnement ?

Il s'agit de tous les paramètres extérieurs qui vont influencer votre offre et votre demande.

Vous devez **répondre aux questions suivantes** :

- Quelle est la tendance du marché ?
- Quels sont vos concurrents principaux ? Qu'apportent-ils de plus ou de moins que vous ?
- Y-a-t-il un événement à venir qui modifiera le contexte ? Exemples : les Jeux Olympiques, une fermeture d'usine.
- Dans quel environnement technologique votre produit ou service va-t-il apparaître ?
- Y-a-t-il une législation particulière qui contraint ou modifie votre stratégie ?
- Avez-vous prévu des impacts écologiques et les solutions à apporter ?

Vous pouvez utilement créer une **veille sur vos concurrents** (surveiller leurs évolutions marketing, leurs développements, etc.).

L'Insee met à disposition des outils pour constituer des listes de concurrents et pour analyser votre environnement :

Quelle est votre stratégie commerciale ?

Vous devez déterminer **comment vous allez vendre** votre produit.

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

Répondre aux questions suivantes

- De quelle façon allez-vous vous faire connaître, quelle promotion sera réalisée pour votre produit ?
- Quels seront vos tarifs ?
- Quels seront vos fournisseurs ?
- Par qui sera fabriqué votre produit ?
- Quels seront vos canaux de distribution, où sera vendu votre produit (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.) ?

Cibler toutes les contraintes

Il s'agit de prévoir ce qui peut freiner votre activité.

Vous devez identifier ce qui peut faire grimper vos coûts : de stockage, production, distribution, communication.

Exemple

- 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 ?

Construire votre budget prévisionnel

De quoi s'agit-il ?

Cette partie de l'étude de marché est indispensable à la réussite de votre entreprise. Elle s'appelle également prévisionnel financier.

Elle découle de votre stratégie commerciale que vous avez définie dans votre étude de marché.

Ce sont des documents sous forme de **tableaux chiffrés**.

Le prévisionnel financier est composé de **4 parties** :

- Compte de résultat (sur 3 ans)
- Bilan prévisionnel
- Plan de financement (sur 3 ans)
- Budget de trésorerie ou plan de trésorerie (sur 12 mois)

À quoi sert-il ?

C'est un **outil de suivi** de votre situation financière.

Les données de ces documents doivent être **mises à jour** ensuite tous les **6 mois** après la création de votre entreprise.

Il vous aide sur les points suivants :

- Vérifier la rentabilité ou non de votre entreprise
- Savoir si votre activité va ou non générer des bénéfices
- Identifier vos besoins de financements
- Demander des financements auprès des banques
- Négocier avec vos fournisseurs
- Convaincre des investisseurs

À savoir

ce budget sera inséré dans votre **dossier de business plan** .

Qui le réalise ?

Vous n'avez pas besoin d'être comptable pour initier la construction de ce document.

Il est conseillé de vous faire **accompagner**

- soit par des conseillers en création (CCI, CMA),

- soit par un comptable ou expert-comptable.

Étape n°1 : le compte de résultat

Il s'agit d'un tableau où vous inscrivez vos charges (**dépenses**) et vos produits (**recettes**).

Après ce calcul, vous pourrez évaluer votre résultat.

Si vos produits sont plus élevés que vos charges, votre **résultat** est un bénéfice, sinon c'est une perte.

Vous devez **chiffrer vos charges**.

Les **charges d'exploitation** sont tout ce qui est nécessaire pour faire fonctionner votre entreprise :

- Achat de marchandises et de matières premières
- Frais de stockage
- Frais généraux : loyer, assurances, entretien, etc.
- Impôts et taxes : CET, taxe foncière, TVS, formation professionnelle continue, taxe d'apprentissage, etc.
- Charge de gestion courante : fournitures, petit matériel, carburant
- Rémunération du personnel : salaires, cotisations sociales
- Durée de vie du matériel investi, c'est-à-dire la perte de valeur d'un bien investi et consacré à l'activité, du fait de l'usure du temps ou de l'obsolescence

Vous rencontrerez le terme dotations aux amortissements. L'amortissement est la perte de valeur d'un bien immobilisé de l'entreprise du fait de l'usure du temps ou de l'obsolescence. On les appelle aussi des immobilisations.

Les **charges financières** sont les remboursements d'emprunts.

Les **charges exceptionnelles** sont celles qui ne rentrent pas dans la gestion courante ni dans l'exploitation normale. Elles n'ont pas d'impact sur le résultat d'exploitation (exemple : vente de matériel consacré à l'activité).

Vous rencontrerez le terme actifs cédés ou cession d'actifs. Ce sont les amendes fiscales et pénales, les dons, les rappels d'impôts.

Vous devez **chiffrer vos produits d'exploitation**, votre chiffre d'affaires (CA) : il s'agit de tout ce que vous vendez et de tout ce qui vous rapporte de l'argent grâce à votre activité.

Il s'agit principalement des éléments suivants :

- Vente de produits achetés (pour les revendre)
- Vente de produits fabriqués par votre entreprise
- Vente de la réalisation d'un service

- Subvention d'exploitation versée par l'État ou les collectivités locales : une subvention qui aide par exemple à payer vos charges pour la fabrication et la production, ou à compenser le manque de CA
- Autres produits : financiers (exemple : participation dans d'autres entreprises), exceptionnels (exemple : subvention d'investissement qui aide par exemple à payer l'achat de matériel)

Étape n°2 : le bilan prévisionnel

Il s'agit d'un tableau qui récapitule ce que possède l'entreprise : son **patrimoine** .

Le patrimoine d'une entreprise est composé de l'actif et du passif.

- **L'actif** : ce sont les biens et les droits qui serviront au fonctionnement de l'entreprise. Exemples : bâtiments, terrain, matériel, machines, mobilier, stocks.
- **Le passif**: ce sont les moyens financiers qui permettent de payer vos actifs. Il s'agit des dettes et des capitaux. Exemples : vos prêts bancaires, les apports en nature (voiture, ordinateur, etc.) ou en argent, les apports de vos associés à la création de l'entreprise ou par augmentation du capital.

Étape n°3 : le plan de financement

Ce 3^{ème} tableau est constitué de 2 éléments :

- **Vos besoins** (BFR, immobilisations, remboursement d'emprunts)
- **Vos ressources** (CAF, apports capitaux, comptes courants, souscription d'emprunts)

Il permet de voir si votre projet est viable.

Si vos ressources sont supérieures à vos besoins, vous pourrez constituer une trésorerie disponible. Sinon votre entreprise aura des difficultés de trésorerie et donc l'activité sera menacée.

Vous devez remplir les **prévisions** sur les **3 années** à venir.

2 ressources importantes doivent y figurer :

- Les **besoins en fonds de roulement (BFR)** : il s'agit des frais de stocks, de créances clients, du paiement de vos dettes fournisseurs. Pour les calculer, vous devez évaluer les 3 points suivants :
 - Délai de rotation des stocks
 - Paiement des clients (vos créances)
 - Délai de règlement de vos fournisseurs

- La **capacité d'autofinancement (CAF)** : il s'agit de votre résultat (= vos produits moins vos charges) + les dotations aux amortissements (= la somme des pertes de valeurs de vos immobilisations)

À savoir

les **banques** se basent sur ce plan de financement prévisionnel pour étudier votre demande de prêt et calculer votre emprunt.

Étape n°4 : le budget ou plan de trésorerie

Ce 4^{ème} tableau récapitule **mois par mois** vos **rentrées** et vos **sorties d'argent**.

Il s'agit des mouvements sur le compte bancaire de l'entreprise.

On l'appelle aussi un état mensuel de trésorerie.

Les rentrées d'argent sont nommées des encaissements.

Les sorties sont des décaissements.

Vous devez connaître les différents délais de paiement pour inscrire les sommes au mois qui convient.

Attention

certaines paiements de taxe (TVA, charges sociales, impôts sur les sociétés, etc.) sont versés par acomptes avec des soldes annuels. Vous devez connaître la date de paiement de l'acompte et celle du solde.

IV. CONSTRUIRE VOTRE BUSINESS PLAN

*Le business plan (ou plan d'affaires) est un **dossier écrit** qui présente en détail votre projet d'entreprise. Ce sera votre outil **pour convaincre** les **banques** et les **investisseurs**. Il s'adresse à eux. Nous vous expliquons **comment le construire**.*

Ce qu'il faut savoir au préalable

Le business plan doit être vendeur, rassurant, c'est-à-dire réaliste, donc construit à partir du terrain et de vos recherches.

Il doit prouver que votre projet est sérieux.

*Il doit être à la fois synthétique et très précis avec vos **prévisions chiffrées**.*

Les investisseurs principaux que vous devez convaincre avec votre business plan sont les suivants :

- *Banque*
- *État*
- *Collectivités locales*
- *Business angels*
- *Futurs associés*
- *Tous ceux auprès de qui vous cherchez des fonds*

En fonction de l'investisseur à qui vous vous adressez, vous mettez certaines informations en avant.

*Vous devez en faire **plusieurs versions** selon votre **interlocuteur**.*

Le dossier se compose de 5 parties :

- *Introduction ou **pitch** de présentation*
- *Présentation de votre **produit** (ou service)*
- *Présentation de votre **business model** (appelé aussi stratégie commerciale)*
- *Votre **étude de marché** (synthèse)*
- *Votre **prévisionnel financier** (synthèse)*

1ère partie : pitch de présentation

Définition

*Un pitch est la présentation de votre projet pour **convaincre** un interlocuteur.*

*Il doit être **condensé**.*

Vous devez convaincre dans un temps court.

*Le **but** de cette synthèse est de prouver :*

- *Votre capacité à entreprendre*
- *Votre adéquation avec le projet*
- *Votre sérieuse préparation du projet*
- *Si vous êtes plusieurs associés, votre cohésion*

*Il est conseillé de rédiger **plusieurs versions** de cette introduction en fonction des différents types d'investisseurs à convaincre.*

Exemple

- *Pour convaincre un investisseur public, vous insisterez davantage sur le service que vous rendez à la société.*
- *Pour convaincre un business angel, vous insisterez sur le caractère innovant de votre offre.*

Quel contenu ?

Dans cette introduction, vous devez 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**.*

*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 fonder une entreprise, on doit sentir la cohésion de l'équipe et la complémentarité des membres.

*Cette présentation doit prouver **votre capacité à entreprendre** sur le court et le **long terme**.*

2e partie : présentation de votre produit ou votre service

Vous décrivez **ce que vous allez vendre**. Cette description doit être précise, concise, claire. 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.

À noter

Vous pouvez faire des schémas, dessins, etc. pour accompagner cette description du produit.

3e partie : présentation de votre business model

Vous devez déterminer **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**.

Répondre aux questions suivantes

- De quelle façon allez-vous vous faire connaître, quelle **promotion** sera réalisée pour 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.) ?

Cibler toutes les 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.

Exemple

- *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 à

- ***comment contrer ces contraintes***
- ***et comment vous avez prévu de faire face à des pertes de bénéfices, à une hausse de vos charges, à de nouveaux concurrents, etc.***

4e partie : votre étude de marché (en synthèse)

Le but est d'expliquer :

- *Quels sont vos futurs clients ?*
- *Quelle plus-value votre produit apporte sur le marché ?*
- *Dans quel environnement s'insère votre future activité ?*

5e partie : votre prévisionnel financier (en synthèse)

*Le but 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**.*

*Vous devez **chiffrer** :*

- *Vos charges, les dépenses nécessaires*
- *Vos recettes (chiffre d'affaires)*
- *Vos 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*

*Ces 4 parties correspondent à **4 tableaux chiffrés.***