

Séquence 1 : Démarrer mon projet de créateur d'entreprise

La naissance d'un projet, c'est la rencontre entre 3 éléments :

1. un créateur
2. une idée
3. un environnement favorable

Sachant que le succès ou l'échec d'une entreprise nouvelle dépend tout d'abord de son créateur, il est souhaitable de bien se connaître mais surtout d'être conscient des contraintes de la création.

Les compétences du créateur

Il est difficile de déterminer soi-même les compétences nécessaires pour assurer un démarrage dans de bonnes conditions.

Néanmoins, un bilan succinct de :

- sa personnalité
- ses motivations profondes
- ses compétences managériales

vous aidera à déterminer votre profil de créateur et à vous entourer des compétences manquantes.

La personnalité du créateur

a/ Recherche des principaux traits de votre caractère

- Capacité d'adaptation
Vous adaptez-vous rapidement à une nouvelle situation ?
- Ouverture d'esprit
Etes-vous à l'écoute des autres et ouvert aux changements ?
- Méthode
Etes-vous organisé ou plutôt brouillon ?
- Efficacité
Faites-vous bien et rapidement votre travail ?
- Comportement
Etes-vous sérieux ou désinvolte ?
- Vivacité d'esprit
Comprenez-vous rapidement ou lentement ?

- Imagination
Etes-vous un créatif ?
- Bon sens
Gardez-vous toujours les pieds sur terre ?
- Aptitude à communiquer
Etes-vous froid ou chaleureux ?
- Contact avec les autres
Etes-vous plutôt timide ou extraverti ?

b/ Le potentiel

- Capacité à prendre des initiatives
Etes-vous plutôt leader ou suiveur ?
- Capacité à prendre des responsabilités
Recherchez-vous les responsabilités ?
- La volonté
Etes-vous capable d'agir seul et d'aller jusqu'au bout ?

c/ La résistance physique

- Capacité au travail
Votre capacité au travail est-elle importante ?
- Santé
Etes-vous en bonne ou mauvaise santé ?

d/ Profil psychologique

- Persévérance et ténacité
Etes-vous tenace ou rapidement découragé ?
- Anxiété
Etes-vous plutôt anxieux voire très anxieux ?
- Résistance aux chocs
Supportez-vous les difficultés imprévues, les critiques ?
- Niveau de confiance en soi-même
Avez-vous confiance en vous-même ?
- Sens de l'humour
Gardez-vous le sens de l'humour en toute circonstance ?

Il n'existe pas un bon profil de créateur mais toute une palette avec des points forts de son caractère et des points de fragilité comme la plus ou moins grande résistance au stress qu'il faudra affronter en toute circonstance : les délais à respecter, les surenchères, les décisions prises à son insu, l'autoritarisme, les manipulations, les changements de règles du jeu, etc...

La motivation de créer

Créer une entreprise est un choix de vie aussi bien personnel que professionnel. La motivation d'entreprendre est essentielle pour la réussite du projet. La motivation permettra d'affronter les moments difficiles et fera naître l'énergie nécessaire pour convaincre les partenaires et les futurs clients.

Le créateur se lancera pour une ou plusieurs raisons conjuguées :

- par goût du risque
- pour se réaliser
- pour gagner de l'argent
- pour exploiter ses compétences
- par désir d'autonomie professionnelle
- pour trouver un emploi
- par rejet de la hiérarchie
- pour vous crédibiliser au niveau professionnel
- par plaisir ludique

Quelles que soient les raisons, il faudra se préparer au « choc du changement de vie » en se ménageant des moments de détente propice à la réflexion et permettant de se ressourcer dans une ambiance de détente.

Les compétences managériales

Un créateur d'entreprise est un chef d'orchestre qui doit posséder de nombreuses compétences managériales pour réussir.

a/ Compétences commerciales

Il doit être capable de mettre en valeur ses produits, ses services, de négocier avec ses clients et de les fidéliser.

b/ Homme de marketing

Il doit être capable de percevoir les besoins et les aptitudes des clients, de comprendre les comportements des clients.

c/ Responsable des achats

Il doit être capable de négocier avec les fournisseurs et de gérer son stock.

d/ Technicien

Pour des entreprises artisanales ou industrielles, il devra maîtriser parfaitement sa production et la distribution de ses produits.

e/ Financier

Il sera capable de discuter avec son comptable et de négocier avec son banquier.

f/ Dirigeant

Il doit être capable d'animer une équipe, de prendre rapidement les bonnes décisions, de choisir de bons collaborateurs.

Il est difficile de posséder l'ensemble de ces compétences.

Une formation à la création d'entreprise servira à combler certaines faiblesses. Pour d'autres, il sera préférable d'acquérir une expérience auprès de partenaires en effectuant une expérience professionnelle.

Un bilan succinct peut être réalisé en s'interrogeant sur l'investissement intellectuel à réaliser par rapport au projet.

- Quelle est son savoir-faire technique en fonction du métier envisagé ?
- Quelle connaissance avez-vous de votre secteur d'activité ?
- Quelle formation avez-vous suivie en rapport avec votre projet ?

Il est difficilement envisageable de se lancer dans un secteur d'activité en ignorant tout.

Des connaissances techniques et une expérience minimale sont des atouts qui donnent de la crédibilité auprès des clients, des fournisseurs et du personnel.

CONCLUSION

Posez-vous toutes ces questions au départ et vous disposerez déjà d'éléments solides pour mener à bien le projet. Cela vous permettra de connaître les atouts dont vous disposez et des faiblesses à combler pour bien gérer l'ensemble du projet.

Les contraintes du créateur

Créer une entreprise n'est pas une mince affaire, il faut être conscient que beaucoup de choses vont changer profondément.

Il faut se préparer à affronter des contraintes qui peuvent avoir des conséquences lourdes.

1) VAINCRE LA SOLITUDE

Le créateur est un homme seul et souvent incompris de tous ceux qui l'entourent.

Il devra prendre des décisions dans différents domaines sans pour cela avoir l'expérience nécessaire.

Dans certains cas, sa solitude s'accroîtra lorsque la survie de l'entreprise sera en jeu.

Un réseau d'accompagnement peut vous aider dans les moments difficiles.

2) CONSOLIDER LA VIE DE FAMILLE

Le créateur travaille beaucoup et le couple risque fort d'être très perturbé par l'absence répétée du conjoint.

Des précautions seront à prendre pour mettre en place un bon statut pour le conjoint qui travaille dans l'affaire.

Un bon contrat de mariage est une nécessité pour l'avenir.

Il sera nécessaire de nourrir le lien familial en sachant faire des interruptions consacrées au foyer (week-ends, soirées...)

3) FAIRE FACE A L'INSECURITE

La perte d'un contrat, l'arrivée d'un nouveau concurrent, les découverts bancaires sont autant d'évènements auxquels il faudra faire face avec une plus grande sérénité possible.

Les premiers revenus sont généralement lents à parvenir. Un travail extérieur d'appoint, le salaire du conjoint pourront être de précieux secours.

4) EVITER LA MEFIANCE DU DEMARRAGE

Durant une certaine période, les clients potentiels vous testeront en demandant des devis sans passer à la commande. Ils procéderont à de petits achats sans envisager des relations suivies.

Le créateur devra faire preuve de modestie et sera condamné à la patience avant de connaître la notoriété. Savoir attendre, être patient vaudra mieux que fougue et agressivité.

5) UN SACRIFICE FINANCIER

Au-delà des rémunérations difficiles au début de l'activité, l'entreprise aura besoin d'un apport financier personnel qu'il faudra évaluer.

Les partenaires financiers ou l'appui des proches pourront vous aider dans cette phase clef.

6) PRENDRE LE TEMPS POUR SON PROJET

Consacrer du temps à son projet est une nécessité pour l'avenir.

Dans la phase de mise en place, le projet est-il compatible avec les autres activités ?

Bien des contraintes se posent pour démarrer. Il faut être conscient des difficultés et prendre les mesures nécessaires pour les résoudre dans les meilleures conditions.

Savoir, connaître le prix à payer pour réussir, c'est déjà mettre en œuvre les mesures nécessaires pour pouvoir les aplanir.

L'idée

Avoir une bonne idée pour créer son entreprise est une évidence pour réussir.

Avant de se lancer éperdument dans la bataille, il faut être capable de répondre au moins à deux questions essentielles :

- Mon idée répond-elle à un véritable besoin de la clientèle ?
- Ai-je les aptitudes pour séduire les clients ?

Pour procéder rationnellement au concept à retenir, il faut d'abord :

- bien définir son idée
- prendre des avis et conseils éclairés
- procéder à une critique systématique
- tester son idée sur le terrain

Clarifier son idée

Il faut être capable de définir son idée avec clarté, précision et de façon compréhensible par rapport à de futurs partenaires.

Au fil du temps, l'idée doit se préciser. Au départ, il faut partir d'une esquisse qui évoluera dans le temps en fonction des informations récupérées et des avis et conseils recueillis.

1) DEFINIR AVEC PRECISION LES PRODUITS OU SERVICES ENVISAGES

- Quels sont les produits ou services que l'on veut vendre ?
 - Concevoir des produits (vêtements, meubles, voyages)
 - Concevoir ou vendre des produits en sous traitant la production
 - Concevoir, produire et vendre les produits ou services.
 - Vendre uniquement les produits

Les moyens à mettre en œuvre et les risques encourus sont naturellement très différents entre les activités de concepteur, de producteur ou de distributeur.

- A quels besoins vont-ils satisfaire ?

De façon générale, chaque consommateur cherche à satisfaire un certain nombre de besoin ou attributs réels ou latents.

L'entreprise devra proposer un maximum de ses attributs pour répondre à la demande.

Dans la mesure où l'adéquation, offre et demande, a bien été cernée, le client sera dans de bonnes dispositions pour acheter le bien à condition que le service rendu corresponde aussi aux attentes.

- Quelles sont les attentes des consommateurs par rapport aux produits/services ?
 - Les délais de livraison
 - Les prix pratiqués
 - Le service après-vente

- Quels sont les produits ou services complémentaires ?

Il est possible que la demande des clients nécessite des produits complémentaires à proposer. Le client souhaite satisfaire un besoin global.

- En quoi se différencie-t-on de la concurrence ?

Pour que le client soit attiré par votre proposition, il faut rajouter l'originalité de votre offre par rapport à celle des concurrents.

Il faudra offrir des « plus » qui feront la différence, l'innovation majeure ne doit pas être retenue à tout prix. (Il n'est pas rare d'avoir raison trop tôt).

2) FAIRE UN INVENTAIRE DES CLIENTS POTENTIELS VISES

- Comment ont-ils été identifiés ?

Est-ce le fruit du hasard ou d'une réflexion longuement mûrie ?

- Pourquoi avez-vous choisi ces clients ?

Il est nécessaire de justifier ses choix de façon rationnelle et non pas intuitive.

Leurs attentes sont-elles réelles ou hypothétiques ?

Même si on ne se base pas sur des certitudes à ce stade de la réflexion, il est utile de se fonder sur des éléments solides.

- Quels seront vos clients ?

- Des particuliers (hommes – femmes – enfants)
- Des entreprises (PME, grandes entreprises, professions libérales)
- Des administrations
- Des organismes divers

- Où sont-ils localisés ?

- Seront-ils accessibles facilement ?
- Se déplaceront-ils chez vous ?
- Pourrez-vous les joindre facilement ?
- etc...

- Avez-vous testé votre idée auprès de clients potentiels ?

Un test auprès de quelques clients potentiels sérieux permettra de ne pas se fourvoyer « vers de fausses pistes ».

Bien entendu, il faudra s'assurer du sérieux des réponses et éviter des réponses sympathiques.

3) RECHERCHER DES INFORMATIONS

– Sur les produits ou services

Des investigations sérieuses auprès d'organismes compétents :

- Chambre de Commerce et d'Industrie
- Syndicats professionnels
- CREDOC
- INSEE
- COFREMCA
- A.P.C.E.
- Ouvrages spécialisés par secteur d'activité, etc...

demeurent un travail préparatoire incontournable.

L'utilisation d'Internet peut devenir un outil complémentaire intéressant.

– Sur les clients potentiels

Il s'agit d'obtenir les caractéristiques essentielles seulement notamment sur leurs habitudes d'achat.

- Gamme de produits ou services recherchés
- La fréquence des achats
- Le pouvoir d'achat moyen, etc...

– Sur le marché ciblé

Même si le choix n'est pas définitif, les caractéristiques des clients de la zone (INSEE) peuvent apporter des précisions sur le profil du client moyen de la zone d'attraction.

– Sur les fournisseurs potentiels

Très souvent, la multitude des fournisseurs susceptibles de convenir peut être démesurée. Une pré sélection sur des critères de sérieux, d'ancienneté dans le métier... s'avère intéressante.

– Les principaux concurrents de la zone

- Quels sont-ils ?
- Où sont-ils situés ?
- Combien sont-ils ?
- Comment font-ils pour vendre ?
- Quelle est l'importance de l'offre ?
- Quels sont leurs atouts majeurs ?
- Peut-on à priori se différencier ?

⇒ En résumé

Clarifier son idée, c'est répondre aux questions :

- Offrir quoi ?
- A qui ?
- Où ?
- Quand ?
- Comment ?

C'est vital et cela permet de faire un premier point avant de se lancer dans l'étude de marché.

⇒ **Travail utile**

Essayer de résumer votre promesse de vente en 4 ou 5 lignes.

Rechercher des avis et des conseils éclairés

1) DES EXPERTS DE LA CREATION D'ENTREPRISE

De nombreuses structures officielles ou non existent pour accompagner le porteur de projet à la création effective.

- Le conseiller des C.C.I.
- Les boutiques de gestion
- Les sites A.P.C.E.
- Les syndicats professionnels, etc...

Des informations sur l'évolution du marché, du secteur d'activité pourront être recueillies.

2) DES FUTURS CONFRERES

Bien des professionnels sont susceptibles de vous apporter de précieux conseils. Dans chaque régions, il existe sans doute « l'expert » de la profession reconnu de tous.

Efforcez-vous de le détecter et d'obtenir un rendez-vous.

3) DES PARENTS OU VERITABLES AMIS

Le bon sens de chacun est bien partagé. Vos proches fiables vous connaissant bien pourront apprécier votre projet.

Remarques

Avant l'entretien formel ou informel, préparez vos questions de façon sérieuse.

Le coût est faible voire nul mais attention à la confidentialité et aux risques d'informations orientées.

Faire une critique systématique

Pour pouvoir aider sa décision finale, une critique systématique permettra d'obtenir un éclairage suffisant.

Répondez, en quelques mots, aux questions posées :

1) LES ATOUTS NECESSAIRES

- Les produits ou services répondent-ils vraiment aux besoins de la clientèle ?
- La clientèle sera-t-elle suffisante, accessible et solvable ?
- Maîtrisez-vous suffisamment votre métier ?
- Disposez-vous d'avantages significatifs par rapport à la concurrence ?
- L'équipe de départ sera-t-elle suffisamment soudée, solidaire, prête à faire d'éventuels sacrifices au démarrage ?

2) LES FAIBLESSES A REDOUTER

- Maîtrisez-vous suffisamment l'art du métier envisagé ?
- Disposez-vous d'assez de moyens pour démarrer convenablement ?
- Risquez-vous de devenir trop dépendant d'un seul client ?
- Disposez-vous de suffisamment de temps pour étoffer la clientèle ?
- Votre environnement familial résistera-t-il à la pression de démarrage ?
- Avez-vous assez d'expérience ?

3) LES MENACES A CONTRER

- Risquez-vous des coups de force d'une concurrence agressive ?
- Le métier perd-il de son attractivité ?
- Votre activité risque-t-elle de devenir plus encadrée ?

4) LES OPPORTUNITES A SAISIR

- Avez-vous des concurrents fatigués ?
- La production de services, est-elle prometteuse ?
- Votre développement s'effectuera-t-il sans difficultés ?
- Disposez-vous d'idées de développement crédibles et sérieuses ?
- Disposez-vous de parades à des actions extérieures ?

LES CONTRAINTES DU PROJET

L'inventaire des contraintes ne peut pas être exhaustif. Néanmoins, un certain nombre de points doivent être recensés préalablement.

Répondez successivement aux différentes questions posées.

1) LES CONTRAINTES LIEES AU PRODUIT OU SERVICE

- Les caractéristiques du produit
 - Le produit est-il complexe et difficile à fabriquer ?
 - Le produit est-il fragile ? Si oui, comment le protéger ?
 - Le produit est-il périssable ou rapidement obsolète ?

- La distinction du produit
 - Faudra-t-il créer une marque ?
 - Faudra-t-il utiliser un réseau sélectif ?
 - Faudra-t-il prévoir un service après-vente ?

- Etat du marché
 - Le marché est-il nouveau ? en décollage ? en pleine maturité ? en déclin ?
 - Le marché est-il réglementé ? (autorisation – diplôme)
 - Le marché est-il très concurrentiel avec de faibles marges ?
 - Le marché est-il atomisé ?
 - Le marché est-il réactif ? (délai de prise de décision – long : administration)
 - Les délais de paiements sont-ils très longs ?

2) LES CONTRAINTES LIEES AUX MOYENS

- Les moyens humains
 - Aura-t-on besoin de compétences spécifiques ?
 - Les compétences seront-elles faciles à trouver ?
 - Le marché de l'emploi est-il ouvert ?

- Les moyens techniques
 - Quels sont les équipements nécessaires pour la production ?
 - Quels sont les équipements nécessaires pour la vente ?
 - Quels sont les équipements nécessaires pour la gestion ?
 - Peut-on faire appel à la sous-traitance dans la zone envisagée ?

- Les moyens financiers
 - Pouvez-vous estimer approximativement le montant des investissements à réaliser ?
 - Peut-on estimer les besoins en stock ?
 - Peut-on évaluer les charges de personnels ?
 - Face à cet inventaire, disposerons-nous d'une capacité financière pour y faire face ?

– La réglementation

- La future activité est-elle réglementée ou en cours de réglementation (directive européenne par exemple) ?
- Disposez-vous d'une expérience suffisante ou des diplômes nécessaires pour exercer la future activité ?
- Dans l'hypothèse du salarié en activité, le contrat de travail contient-il une clause restrictive ?

SYNTHESE GENERALE

Au travers de la pré-étude, il est utile maintenant de réaliser une synthèse de tous les points traités en développant notamment les exigences majeures pour réussir au niveau :

- des produits
- de la clientèle
- de la maîtrise du métier
- des connaissances minimales en gestion, ...

Résumer

1. Quels sont les points positifs du projet ?

- Produits
- Prix
- Délais
- Marché...

2. Quels sont les points de fragilité ?

- Compétence
- Concurrence
- Produits...

3. Comment atténuer les faiblesses ?

Conclure : PRISE DE DECISION

1. Poursuivre l'étude de l'idée.

Si la pré-étude n'est pas satisfaisante, faire une étude de marché approfondie pour se décider.

2. Modifier l'idée

Projet trop ambitieux donc recherche de partenaires...

3. Abandonner l'idée

Les informations ne sont pas favorables sur :

- le marché
- la concurrence
- l'environnement