

Cours Entrepreneuriat

1) chapitre 01 :

L'entrepreneuriat, un phénomène économique et social

- La définition de l'entrepreneuriat : L'entrepreneuriat aborde 3 types de questions autour de l'esprit d'entreprise, création d'entreprise et entrepreneur.

Esprit d'entreprise : L'aptitude d'un individu, d'un groupe social de prendre le risque à engager des capitaux dans une aventure afin d'apporter quelque chose de neuf, de créatif en combinant des ressources diverses dans une organisation ◇ Risque, investissement, innovation.

Création d'entreprise : L'aptitude d'un individu à créer une entreprise petite ou grande.

Entrepreneur : Apporter des capitaux, innover et organiser l'entreprise ◇ développement de l'entreprise.

- L'entrepreneuriat : un moteur dynamique économique : La création d'entreprise renouvelle le système éco dont l'entrepreneur est nécessaire. Schumpeter met en évidence le rôle de l'innovation ◇ Notion de destruction-créatrice. L'innovation rend obsolète l'ancien bien. - L'enseignement de l'entrepreneuriat : On ne suit pas de formation pr créer une entreprise à l'université ou en école mais si on a l'idée cela peut nous aider. Il faut à la base avoir le profil, l'idée et la motivation. C'est seulement ensuite que l'on peut suivre des formations mais sans garantie de résultat. Un projet bien préparé a + de chances de réussir.

- Les spécificités de la société française : en France, on prône bcp la création d'entreprise mais la politique d'échec est très mise en avant. Dans les pays anglo-saxons, on ne se focalise pas sur l'échec mais la raison de la réussite. En France, après un échec, on est fiché 5 ans à la banque de France.

2) L'acteur de l'entrepreneuriat : l'entrepreneur

- Mythes et réalité de l'entrepreneur : Tout le monde peut créer une entreprise, même si certains ont + d'aptitudes que d'autres. Lorsqu'on crée une entreprise, on est son propre patron. On est + indépendant de la hiérarchie mais + dépendant des clients.

◇ Choix du cadre et des conditions de travail mais stress et contraintes + importants.

L'argent et le temps sont les 2 contraintes principales de la création d'entreprise.

- Les caractéristiques de l'entrepreneur / 10 qualités :

La ténacité car il faut mener son idée jusqu'au bout malgré les difficultés et les découragements ;

Le sens des responsabilités (envie et carrure)

La résistance aux chocs (stress et mauvaises nouvelles)

La capacité de travail (environnement personnel en accord / Qualité de travail)

La santé

L'aptitude à communiquer son enthousiasme aux autres

Le bon sens

La capacité d'écouter

La capacité d'adaptation

La capacité à se vendre

- L'adéquation « homme/situation » : C'est de savoir si on a le profil, les compétences selon le projet qu'on veut développer. Il faut se connaître par rapport au projet ◇ Evaluer sa position par rapport au risque, à ses proches.

L'approche d'autodiagnostic : Connaître ses points faibles est un point fort ; connaître ses ressources, ses compétences et son relationnel.

Diversités des situations entrepreneuriales : Soit pour créer son emploi, son revenu et être indépendant ; soit c'est un challenge, réussite d'un projet ou redressement d'une société.

4) L'acte d'entrepreneuriat : la création d'entreprise

- Les différents types de création

- Les différentes étapes : La gestation, le démarrage, la consolidation.

5) De qq problématiques de la création d'entreprise

Le vrai taux d'échec

Créer une entreprise, c'est long

Le contenu avt le contenant

Qui créent des entreprises ?

Créer, c'est bien ; pérenniser, c'est mieux

◇ La création d'entreprise : une aventure excitante, mais risquée si elle n'est pas bien préparée.

II/ chapitre 2 :

Les étapes de la création d'entreprise

1) IDEE : une idée, un projet professionnel, une étude de marché, des prévisions financières
DOSSIER : Un plan d'affaires (Business Plan), le financement, le choix du statut juridique
MONTAGE : Les formalités d'immatriculation, l'installation de l'entreprise
DEMARRAGE : Les premiers mois d'activité

2) Innovations et création d'entreprise

- Les différents types d'idée : Il y a une variété d'idée. Il n'y a pas une bonne idée en soi, c'est son adaptation et son succès sur le marché qui détermine sa réussite. Souvent, les personnes ont une idée après une expérience professionnelle. Egalement, certains reprennent des idées aux autres dans d'autres pays, d'autres villes. De + des personnes déposent des brevets, ils sont inventeurs mais n'ont pas les qualités pour l'exploiter, le développer ; donc d'autres les rachètent. On peut également ouvrir une franchise.
◇Ds la réalité, il y a bcp de créations d'entreprise à partir d'idées ou d'expertises connues. Il peut y avoir une innovation à la base d'une création d'entreprise mais cela est + rare.

- La multiplicité des formes d'innovations :

L'invention est qq chose de nouveau alors que l'innovation est la réussite d'un nouveau produit sur le marché. L'invention est à l'origine d'une innovation.

L'innovation de rupture est l'introduction d'un nouveau produit sur le marché.

L'innovation incrémentale modifie le produit en ajoutant une nouvelle caractéristique. Elle est + fréquente. Ce type d'innovation résulte seulement d'une modification, amélioration, adaptation...

+ le projet est innovant, + le projet est risqué et demande de l'argent mais + la réussite est valorisée et grande.

- De l'idée initiale à l'opportunité de créer une entreprise : Pour créer une entreprise, il faut que l'idée rencontre le marché. Une opportunité d'affaire est la possibilité pour un projet d'aboutir à une activité rentable. Elle dépend de l'individu, de l'environnement, de l'accès aux ressources. Le tps est l'élément le + problématique associé aux ressources financières.

- La protection des idées : L'idée en soi ne peut pas être protégée, seule la façon qu'elle se concrétise = la protection individuelle. Droits d'auteurs.

Le dépôt de brevet : Il protège ses droits sur l'invention et évite les appropriations ou imitation.

L'enveloppe SOLO est la trace de l'idée d'une invention. Pour déposer un brevet, l'invention doit avoir 2 caractéristiques : Recherche d'antériorité pr savoir si personne n'a déposé l'idée auparavant & assurer que l'idée peut être appliquée au domaine industriel.

◇ On peut protéger une invention, une marque.

3) Le projet professionnel

- La cohérence projet de création / projet professionnel : Il est important de faire l'adéquation entre le projet professionnel et les revenus potentiels ◇ L'entreprise pourra-t'elle générer un certain revenu à un instant T compte tenu des contraintes financières actuelles ?
- Le bilan personnel : Les contraintes personnelles, les motivations et objectifs personnels et les compétences.
- L'analyse des contraintes du projet : Avant de se lancer, il faut savoir si le projet est adapté au projet personnel, aux motivations.

4) L'étude de marché

- Qu'est-ce qu'une étude de marché ? : L'étude de marché permet de vérifier la faisabilité commerciale du projet.

Démarche essentielle et lourde : On ne peut pas espérer créer une entreprise sans créer un produit qui ne corresponde pas à un besoin, à une demande existante qui soit attribué à un prix acceptable mais rentable pour l'entreprise ◇ Définir la clientèle potentielle.

Une construction subjective : Il faut faire soi-même un certain nb de démarches (rencontrer les concurrents, les clients, évaluer la réussite potentielle...). Cette confrontation au terrain pose un certain nb de Q° auxquelles l'inventeur n'avait pas pensé. C'est le côté itératif. C'est également un processus d'apprentissage.

- Les 3 composantes à prendre en compte :

Les types de marché : Le plus répandu est celui de la grande distribution. Il faut identifier les comportements d'achat selon les marchés.

Les types de clientèle : Il existe une clientèle identifiable si elle peut faire l'objet d'un listing (nom, adresse, tel...) La clientèle diffuse est ciblée mais non listée. Face à cette clientèle, il faut faire appel à un prescripteur, une influence.

Les différents types de produits.

- A quoi sert une étude de marché ? :

Connaître le marché

Définir l'offre (l'offre, la cible, la politique de prix, les axes de communication, le mode commercialisation)

Evaluer le potentiel des ventes

- Comment faire une étude de marché ? :

Rassembler l'information utile (Infos existantes + le terrain ◇ Questionnaires, entretiens)

Plan à respecter (Analyse de la demande, l'offre, l'environnement)

Les erreurs à éviter

◇ Une idée sans marché ne présente aucun intérêt.

III/chapitre 03 : L'approche éco et financière

1) La validation économique et financière du projet

- Le processus d'élaboration des prévisions financières :

Répondre à 5 questions :

- L'activité prévisionnelle sera-t'elle suffisante pour couvrir les charges ?
- A partir de quelle date, l'entreprise atteint le PM ?
- Est-ce que l'entreprise aura une structure financière équilibrée les 1ères années (Plan de financement sur 3 ans)
- Est-ce que les recettes de l'entreprise seront suffisantes pr faire face aux dépenses des 1ères années ?
- Quel doit être le montant minimal des prestations ?

- Prévoir les besoins financiers et le financement : Il faut évaluer la capacité de financement et d'endettement.

2) Le business plan

- Définitions : Dans un business plan, on doit démontrer la faisabilité d'un projet sous toutes ses formes. Il faut convaincre le futur producteur, les collaborateurs, les clients... Démontrer avec pertinence ce que l'on affirme.

- Le double rôle du business plan :

- Démontrer la faisabilité du projet.
- Convaincre les partenaires ◇ Montrer qu'il existe un vrai marché avec une réelle demande. L'entreprise dégagera des revenus suffisants pr se rémunérer, rémunérer les actionnaires et ses emprunts.

- La dualité du business plan :

- Le résultat ◇ Un dossier, un document écrit et structuré de présentation d'ensemble du

projet.

- La démarche qui a permis de l'obtenir ◇ C'est une construction prévisionnelle cad qu'on peut faire plusieurs scénarii de simulation.

- Le contenu du business plan / le fond :

Note de synthèse

L'histoire du projet

L'équipe de management

La stratégie

Produit ou service

Marché et marketing

Les moyens à mettre en œuvre

Les prévisions et le dossier financier

Risques et opportunités

Les annexes

- Le contenu du business plan / la forme :

Clair et bien présenté

Logiquement structuré

Compréhensible

Vendeur

◇Vendeur pour mobiliser sur un projet porteur d'avenir...

Mais réaliste pour rester crédible.

- Pour convaincre, le business plan doit :

Parler des motivations du créateur et de son équipe

Décrire le projet synthétiquement

Démontrer l'existence d'un marché réel

Evoquer les concurrents directs et indirects

Expliquer le plan de développement

Traduire l'ambition du projet en chiffre réalistes

3) Pour réussir son projet de création

Une bonne adéquation entre l'individu et son projet : L'activité doit correspondre au profil, aux envies, aux compétences du créateur.

Une localisation proche : Il ne faut pas s'éloigner de ses bases, se lancer dans une région inconnue.

L'expérience métier et du management : Sinon, il faut prendre le temps de se former, d'acquérir de l'expertise. L'expérience du domaine permet d'acquérir de la crédibilité auprès des partenaires. Il ne faut pas avoir dirigé une entreprise pour en créer une mais il faut savoir diriger qqun, convaincre les collaborateurs.

L'accompagnement : Les études montrent que le recours au conseil et à l'accompagnement est un facteur de succès.

- Les facteurs clés de succès :

Facteurs liés à l'entrepreneur

Facteurs liés à l'environnement

Facteurs liés à l'organisation

4) Passer le cap des premières années

- Avoir une vision stratégique :

Organiser une réflexion stratégique : Il faut savoir où on veut aller, comment et avec quels moyens ? Une entreprise lorsqu'elle démarre doit se positionner à moyen et long terme ; il est important de réfléchir à la stratégie (se lancer seul ou en associé, analyser la concurrence, les éléments favorables de l'environnement...). Cette réflexion peut se justifier :

- Souci de pérennité, de transmission
- Indépendance, conserver la propriété du capital
- Volonté de croissance
- Valoriser les capitaux investis

Disposer d'un « Business model » : Concept apparu ds les années 2000 avec la création des start-up ◇ Démontrer le retour sur investissement, la capacité à gérer des revenus. Il y a 3 composantes :

- Proposition de valeur pr le client (quoi ?)
- Architecture de la valeur (Comment est-elle produite ?)
- Equation de profil (D'où vient la rentabilité ?)

Il présente une vision synthétique de l'entreprise. 2 visions du business plan : L'entreprise de luxe supporte des coûts élevés et propose des prix élevés pour faire un bénéfice max alors que la petite entreprise a une petite structure de coûts pr proposer des prix bas aux clients.

Actualiser son business Plan au niveau des coûts, de rentabilité ; se recadrer en fonction de la réalité.

◇ Une entreprise est un projet, elle a besoin de se projeter. Il faut savoir où on veut aller et convaincre les collaborateurs. Il faut passer d'un projet de création à un projet d'entreprise.

- Rester concentré sur le commercial :

Centrer en permanence l'entreprise sur son marché : L'entreprise doit rechercher en permanence des clients ◇ prospection et fidélisation. Il y a une érosion naturelle, on perd tjs des clients. La capacité à générer de nvx clients est un signe de bonne santé. La fidélisation est – couteuse que la prospection et elle permet d'augmenter le CA.

Professionaliser la démarche commerciale : Il existe des systématiques à suivre.

Construire son CA : Avoir une idée précise dès le début du projet. Vendre des produits & services associés, vendre peu de produits à forte VA ou bcp de produits à faible VA ...Un CA se construit de manière logique

Equilibrer son portefeuille clients

- Structurer progressivement l'entreprise :

Déléguer, pour se concentrer sur l'essentiel : L'entrepreneur est le chef d'orchestre, il s'occupe de tout mais il doit savoir déléguer l'accessoire pr s'occuper de l'essentiel.

Externaliser, avant de recruter : Choix stratégique, se concentrer sur ce qu'on sait faire et se tourner vers des entreprises spécialisées pour le reste.

Motiver pour fidéliser : Il faut donner un sens à l'entreprise, pérenniser et mobiliser les collaborateurs.

- Contrôler et financer la croissance :

Adapter le niveau de croissance à ses capacités financières en fonction de fond de roulement.

Se doter d'un tableau de bord : Le + important est de se doter d'un portefeuille de clientèle.

Faire le point sur la situation. Les rôles d'un tableau de bord : Faciliter l'anticipation (alertes), réajuster et favoriser la réactivité.

Financer correctement son développement

Renforcer ses fonds propres : Il est important d'augmenter les fonds propres ds les 1ères années pr faire face aux aléas. Soit en augmentant le capital ou mettre les bénéfices en réserves.

- Réduire la vulnérabilité de l'entreprise :

Se créer des marges de manœuvre

Donner la priorité à la recherche de clients

Ne négliger ni le résultat, ni la trésorerie

Faire des check-up réguliers pour rester en bonne santé

Savoir profiter des dispositifs de conseil et d'accompagnement

◇ C'est le dirigeant qui fait la réussite de l'entreprise

◇ La clef de la pérennité : l'anticipation

UNREDACTED