

E SERVICES

Présenté par Lionel COTE

E-Commerce & E-Services



Avesnois

36, Avenue du Pont Rouge
59600 MAUBEUGE
03 27 64 80 80

Dossier suivi par Elodie HUVELLE
Généré le mardi 30 juin 2015 à 13h47

Retrouvez ce dossier sur Internet
<http://bgepro.bge.asso.fr/Dossier.ashx?GUID=a2bdff5b-931d-46a3-9b10-326304c6b963>



Label qualité,
développement,
partenariats

**Depuis 30 ans, BGE Réseau est au service
des porteurs de projet et des entreprises
17500 créations / reprises chaque année
71% de pérennité à 3 ans.**

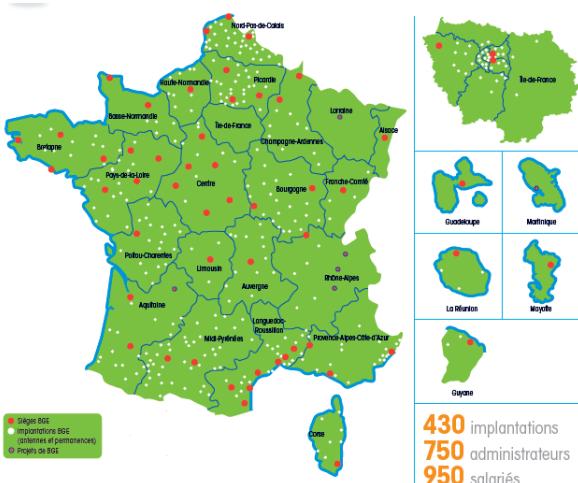
Pour en savoir plus : www.bge.asso.fr

Une charte Initiative et Solidarité

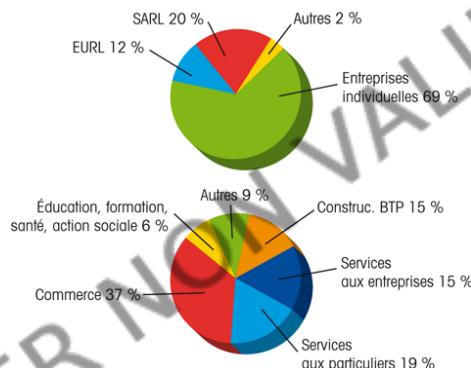
Des métiers

SENSIBILISATION / ÉMERGENCE	ACCUEIL / DIAGNOSTIC	ACCOMPAGNEMENT AVANT CRÉATION	FINANCEMENTS	APPUI AU DÉVELOPPEMENT
DÉTECTOR Sensibiliser les personnes, découvrir des projets : <ul style="list-style-type: none"> présenter les réalités de la création d'activité ; sensibiliser à la création d'entreprise ; favoriser l'émergence des projets entrepreneurial ; donner l'envie d'entreprendre. 	ORIENTER Ecouter les personnes, diagnostiquer les projets <ul style="list-style-type: none"> clarifier le projet ; valider les objectifs ; définir un plan de travail ; évaluer le potentiel personnel ; mobiliser les ressources techniques et financières pour démarrer. 	STRUCTURER Conseiller et former les personnes, expertiser les projets <ul style="list-style-type: none"> analyser le marché ; définir la stratégie commerciale ; étudier la rentabilité économique ; choisir les statuts juridique, fiscal et social ; établir le plan d'affaires ; tester les projets en grandeur réelle (20 couveuses BGE). 	FINANCER Mobiliser des financements pour les entreprises créées ou reprises	PÉRENNAIR ET DÉVELOPPER Appuyer les Entreprises et les associations dans leur développement <ul style="list-style-type: none"> maîtriser l'organisation administrative ; mettre en place les outils et tableaux de bord ; mettre en œuvre une politique commerciale ; renforcer l'autonomie du chef d'entreprise ; favoriser la création d'emplois ; héberger les entreprises (6 pépinières animées par les BGE).

Un réseau au cœur des territoires



Profil des entreprises accompagnées par les BGE



Des partenariats



BGEPro®, l'outil de business plan des BGE

Ce document a été élaboré avec l'outil BGEPro :

- Un outil collaboratif, professionnel et didactique de structuration de la démarche de création et d'élaboration du business plan
- Accessible en ligne sur une plateforme internet sécurisée : utilisable conjointement à distance par le conseiller et le porteur de projet
- Une navigation sous forme de carte simple et intuitive; avec une vision globale de toutes les composantes d'un projet
- Des modules de calcul automatisés, une base de données actualisée pour sécuriser les simulations
- un format répondant aux attentes des financeurs (trame validée avec partenaires bancaires)

L'outil BGEPro est destiné à permettre au porteur de projet de disposer d'un business plan correspondant à son projet, construit en étroite concertation avec lui, à partir des données par lui transmises, sous sa seule responsabilité. BGE ne peut être tenu pour responsable d'inexactitudes ou d'omissions résultant des déclarations du porteur de projet.



FWA est partenaire technique de BGE et développeur de BGEPro. FWA crée sur mesure des logiciels adaptés aux processus métiers. www.fwa.eu

Sommaire

1 Créateur et projet	4
2 Contact	4
3 Présentation du créateur	4
3.1 Lionel COTE	4
4 Présentation de l'entreprise	11
4.1 Identité de l'entreprise	11
4.2 Divers	11
4.3 Juridique	12
4.4 Fiscal	12
4.5 Social	13
5 Le projet	13
5.1 Description du projet	13
5.2 Vos motivations et vos valeurs	14
5.3 Le produit/le service	15
6 L'étude de marché	17
6.1 Marché et évolution du secteur	17
6.2 La réglementation professionnelle	18
6.3 Besoins de formation	19
6.4 Clientèle	19
6.5 Analyse de la concurrence	20
6.6 Fournisseurs	21
7 Moyens humains et logistiques	22
7.1 Le local	22
7.2 Moyens humains	22
7.3 Mon organisation	22
7.4 Sous-traitants	23
8 Stratégie commerciale	23
8.1 Prix de vente	23
8.2 Politique de prix	23
8.3 Politique de communication	23
8.4 Politique de distribution	24
8.5 Divers	24
9 Dossier financier	25
9.1 Plan de financement	25
9.2 Compte de résultat	27
9.3 Seuil de rentabilité	29
9.4 Plan de trésorerie	29
10 Le créateur, le conseiller : les attentes, les préconisations	30
10.1 Vision créateur	30
10.2 Vision de la BGE	31
10.3 Attente en terme de suivi	31

1 Créateur et projet

Nom du porteur	COTE
Prénom du porteur	Lionel
Type de projet	Création
Nom de la structure	
Activité	
Date de démarrage	01/07/2015

2 Contact

Conseiller BGE

Nom	Elodie HUVELLE
Courriel	e.huvelle@bge-hautsdefrance.fr

BGE

BG	Avesnois
Adresse	36, Avenue du Pont Rouge 59600 MAUBEUGE
Téléphone	03 27 64 80 80
Courriel	avesnois@bge-hautsdefrance.fr

3 Présentation du créateur

3.1 Lionel COTE

3.1.1 Identité

Général

Titre	Monsieur
Nom	COTE
Prénom	Lionel
Date de Naissance	23/03/1965
Lieu de naissance	Dijon (21)
Nationalité	FRANCE

Adresse

Adresse 1	16 rue Casimir Fournier
Code Postal	59600
Ville	MAUBEUGE

Contact

Courriel	GrCOTE7@GMail.com
Téléphone Domicile	
Téléphone Portable	

3.1.2 Situation personnelle

Situation familiale	Divorcé
Personnes à charge	0
Nombre d'enfants	0
Age des enfants	Néant.
Reconnaissance travailleur handicapé	Non

3.1.3 Situation professionnelle

Situation au niveau de l'emploi	Demandeur d'emploi, Non indemnisé, Revenu de solidarité active
Situation au niveau de l'emploi du conjoint	-

Formations et diplômes

Année d'obtention	Titre	Description
2000	Techniques des Méthodes	ROME 52111 Optimisation de la Productivité Obtenu: Diplôme de Technicien des Méthodes
1984	Aide-Infirmier	Services de Santé de l'Armée de l'Air -> B.A. 178 (Achern - DE) Obtenu: B.N.S.

DOSSIER NON VALIDÉ

Expériences professionnelles

Début	Fin	Titre	Description
Juillet 2015	Janvier 2115	Groupe COTE	Entreprise correspondant au projet actuel.
Avril 2009	Décembre 2015	Groupe COTE	Bureau d'Etudes et d'Affaires * Développement de fabrication et la distribution d'un produit cosmétique (KAOLIN) * Création d'une unité de fabrication de produits ménagers lessiviels et lancement de la distribution de ces produits. * Etude sur l'amélioration des conditions d'hygiène de distribution des produits de la mer sur la ville d'ORAN et wilaya environnantes pour le ministère de la Pêche. Réalisation d'un véhicule très léger prototype. Exposition officielle lors d'un salon officiel en présence du ministre et du président Monsieur Bouteflika - Mais à l'issue de cette exposition, un agent haut placé avait vendu le prototype !!! B.E.A. Groupe COTE - Ain-El-Türck - RCS ORAN
Mai 2013	Juin 2015	Retour en France	(Raison perso - Désir de ma femme) Études techniques diverses pour réaliser cet actuel projet de création d'entreprise.
Décembre 2008	Janvier 2009	Départ pour l'Algérie	(Raison perso)
Janvier 2007	Janvier 2008	DHS Club	Développement à 100 % de ce concept et atteinte du titre de Directeur Exécutif en Novembre (Ce qui fût la réalisation des objectifs atteints la plus courte dans l'Entreprise US)
Avril 2004	Septembre 2006	Groupe COTE	Développement d'un concept Réseau d'Affiliation + Shop en ligne. 15 500 affiliés au terme d'env. 3 ans. Découverte en mi-2006 d'une entreprise basée sur un concept très similaire (DHS Club - Glocalgeneration) mais qui, née en fin 1997, avait acquis 1 500 000 affiliés en 7-8 ans... - Entreprise Ind. - MOOSCH (68) - RCS MULHOUSE (68)
Janvier 2001	Décembre 2003	Responsable du service des Méthode d'une PME-PMI	* Mise en place des contrats de travail pour les 47 salariés, selon 4 conventions collectives suite découpage d'une entreprise en Holding et besoin d'adapter les postes aux 35 Hres de travail Hebdo nouvellement réglementaires * Optimisation des flux de gestion des stocks des négocios et de l'Unité de fabrication * Optimisation des flux de documents entre les services admin de l'Entreprise * Optimisation d'une unité de préfabrication de PBR (Poutrelle Beton Renforcée) * Amélioration et maintenance du serveur et réseau informatique de la Holding * Responsable d'achats exceptionnels (Étude pour choix des matériaux lourds en particulier) En 2015, cette entreprise compte 90 salariés et a acquis 2 autres négocios TOUT-FAIRE depuis... - Entreprise MICHAL - BEAUREPAIRE (38)
Janvier 2000	Novembre 2000	Formation AFPIC	Techniques des Méthodes - AFPIC - ROMAN/ISERE (38) Stage d'application en Entreprise: Optimisation des lignes de productions de confiseries (Partie mise en boîte- Conditionnement)- Chocolaterie du Cheval BLANC - BEAUREPAIRE (38)
Janvier 1997	Décembre 1998	Côte des Annonces	Edition d'un journal d'annonces 'papier' destiné aux Particuliers - Entreprise Individuelle - EYZIN-PINET (38) - RCS VIENNE (38) Début: 7/1/97 -- Fin: 20/12/97 (Décision personnelle pour manque de rentabilité)
Juillet 1990	Décembre 1993	HORIZON 2001	Vente de Pâtisseries en démarchages à domicile -> 1991-93: Création - Vente aux professionnels de produits et services publicitaires (Majoritairement non événementiels) - Entse Individuelle (1 secrétaire - 1 maquétiste - 5 Directeurs d'Agence - 50 vendeurs env. sur 7-8 départements - RCS DIJON (21)
Janvier 1988	Janvier 1990	Courtier en Assurances	Développement d'un porte-feuille clients de produits d'Assurances & Gestion de Patrimoine de différentes compagnies. - EURO-COURTAGE (Dijon)

Présentation succincte et particulière (Insertion d'infos perso pour mieux comprendre cursus)

En complément:

https://www.google.fr/?gws_rd=ssl#q=lionel+cote

ou encore plus évocateur et pertinent:

https://www.google.fr/?gws_rd=ssl#q=grcote7

3.1.4 Reste à vivre

Revenus mensuels du foyer

Source	Porteur	Conjoint
RSA		452
Total		452

Client de La Poste devenue La Banque Postale depuis 1981 (Même compte depuis 35 ans).

Néant

Existence d'un interdit
bancaire Non

Situation par rapport à l'habitation

Logement Logé à titre gratuit

Reste à vivre

	Juil	Aoû	Sep	Oct	Nov	Déc	Jan	Fév	Mar	Avr	Mai	Juin
Charges	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Revenus du projet du porteur							500	500	500	500	500	500
Reste à vivre	-400	-400	-400	-400	-400	-400	100	100	100	100	100	100

3.1.5 Réseaux

Mon réseau (Extrait):

- Ex-Collaborateurs de mes activités précédentes en attente de mon redémarrage
- Amis(es) travaillant déjà dans le domaine du coaching de Vie (Pour ce service)
- Collaborateurs en ligne pour des développements logiciels collaboratifs (Par exemple, et entre autres, d'un CMS/Framework OpenSource - concrte5)

Les Rôles de chacun étant déterminés en fonction des souhaits et compétences.

Objectif personnel: Déterminer un responsable pour chaque service, voire pour certains, chaque partie du département.

Pourquoi ? Rien de grand n'a jamais été réalisé seul...

3.1.6 Expérience en création/reprise d'entreprise

Avez-vous eu une expérience en création/reprise d'entreprise ?

Oui.

Si oui, quelles sont les raisons de l'arrêt (vente, échec, nouvelle évolution ...) ?

1) HORIZON 2001 : 100% des ressources de l'entreprise était consacré aux employés (À la fin de l'Entreprise, 2 salariés, une admin et l'autre technique, et env. 50 commerciaux dont certains partiels), et à l'expansion de l'Entreprise (Achat d'imprimantes laser couleurs (Très chères à ce moment-là), etc...)

Au terme de 3 ans de combat, j'étais moins riche que mes vendeurs, en travaillant sans doute en moyenne 10 à 15 heures par jour en moyenne, 6/7j.

Je n'ai pas su, ni me préserver, ni me récompenser, ni me valider, et ce fût fin '93 une réelle cause de lassitude de ma part, et je délaissai progressivement l'entreprise qui souffrait déjà d'une gestion toujours très limite, et quelques mois après cette 'phase', le président du T.G.I. de BOURGOIN-JALLIEU (38) décréta le redressement judiciaire. Mais je l'ai alors imploré d'en prononcer plutôt la liquidation...

Ce fût le bonheur d'une agence concurrente dont j'observai dans les mois qui suivirent, qu'elle avait récupéré une partie de mes employés et surtout, 2 concepts très particuliers que j'avais mis en place, et qui m'avait tout-de-même permis un tel développement (Seul au départ, avec sans doute juste de quoi juste payer l'inscription du R.C., et considérant les 6 derniers mois, sans doute une bonne trentaine de personne qui vivaient de l'activité, et donc une, moi, qui survivait tout juste...)

2) Gr COTE (2004 - Mulhouse) : Là, bien que le réel démarrage a bien été effectif qu'environ 12 à 15 mois après l'inscription R.C.S., l'activité commençait a s'avérer assez rentable... (Structure très légère, aucune charge particulière, et donc seuil de Rentabilité atteint très facilement, ça ne pouvait qu'aboutir ainsi... Juste une question de temps tellement à cette période, ce marché était peu connu, et présentait pour tous, un potentiel colossal...).

Mais il fallait que le succès ne soit pas encore là...:

Je rencontrais à cette période une femme qui était follement jalouse. La vente portait par exemple beaucoup sur les caméscopes, appareils photos numériques et mon fournisseur que je n'avais bien évidemment jamais rencontré (Comme souvent, les échanges sont purement informatiques voir téléphoniques) et qui est allemand (Société TECHNAXX GmbH). Elle pensait que chaque contact était prétexte à avoir des nouvelles d'ex amies... Faux ! Bien-sûr... Mais c'était là plutôt dangereux: Ses idées noires se matérialisaient par cendriers ou bols qui volaient souvent en ma direction, jusqu'à un grand couteau de cuisine sous la gorge... J'ai dû fuir, simple question de survie.

3) Gr COTE (2009 - ORAN - Algérie) : Là-bas, internet pouvait être coupé 15 jours sur toute la ville que cela ne dérangeait en rien personne... Et cela fréquemment dans l'année...Mon activité

D.H.S. purement web et qui devait commencer à enfin me rapporter réellement quelque chose de significatif était donc impossible à maintenir. Donc, après un temps d'adaptation à l'environnement social et économique du pays dont je ne parlais pas la langue, plus de savoir ce qu'on allait faire (Rester ou rentrer en France?), ce qui était le plus optimal consistait à créer un Bureau d'Etudes. Car outre un caractère plutôt laxiste et peu enclin à l'effort, l'algérien à tendance à quand même parfois agir, puis ne se dire que plus tard, qu'il aurait dû réfléchir...) Je développai donc ce Bureau, mis en place de la structure, rencontre des personnalités locales, et vecteurs d'applications... Le succès était au Rendez-vous: En 2 ans, j'avais acheté un camion neuf, louait un appartement et un bureau physique (Et tout le nécessaire dedans, évidemment, dont une secrétaire) sur une grande artère de la ville; J'avais aussi pra exemple versé une première mensualité pour acquérir un appartement sur ce qu'on appelle le balcon d'ORAN, et commençait à avoir quelques premiers collaborateurs de confiance (Dont certains m'attendent aussi encore...). Pour donner un ordre d'idée de la Vie que cela impliquait: Au tout début, la nuit, je fabriquais mes conditionnements de cartons (Qui servaient de présentoirs dans les pharmacies et librairies), et au matin, je partais avec un carton de 15 kg de sachets de Kaolin sur l'épaule, un sac de l'autre, pour démarcher mes clients. Un des problèmes était qu'il faisait alors environ 40 à l'ombre, et que mon arrêt de bus se situait à environ 1 km du domicile... Et il m'a fallu bien 2 mois pour que je puisse enfin modifier ce rythme...

2013 fût une grave erreur de ma part: Accepter de revenir si vite en France, souhait de toujours de mon ex-épouse...

En effet, l'entreprise marchait bien, mais je n'avais eût le temps de mettre en place des responsables suffisamment qualifiés (Motivés... Ils l'étaient et l'auraient été...) et je "devais" donc partir... Je ne ramenai rien, car mon idée était de revenir en Algérie... Donc meubles et matériels sont restés dans sa famille, en attente au début, puis sans doute maintenant, en "don".

Le D.A. (Dinar Algérien) n'étant qu'une monnaie, et pas une devise, j'ai dû offrir mon véhicule à mon beau-père, rentrer, certes accompagné, mais les mains dans les poches...

Bref, et pour conclure sur mon expérience en entreprise, je dirais que je ne sais faire que ça (lol) mais maintenant, l'âge aidant, il faut que je décide qu'elle soit pérenne et stable.

RSA (Seul), car elle, ma femme, n'avait droit à rien; ne me voyant proposer que des jobs "alimentaires", et ne voulant de toutes façons, plus me vendre, ce fût dur. Pour moi, ce n'était pas grave, car je savais cela provisoire... Pour elle, ce fût décisif...

Là, j'ai fait un test sur un concept, reprenant les bonnes choses de mon concept initial et ce qui avait fait la différence de développement entre les 2 - Rappel: Boosteur: Environ 15 500 affiliés en 3-4 ans - DHS: 1 500 000 en 7/8 ans...)

Au démarrage de ce concept, début 2013, dans un délai de moins d'un mois, le système surchargeait déjà... Mais restait gérable. Les conférences s'enchaînaient, y compris à faire quelques interventions dans certains meetings d'associations humanitaires de plus de 3000 personnes, ou sur le net.

Et puis, c'est parti... Mais j'avais d'emblée un frein dramatique, et je le savais...: Mon script initial, réalisé en PHP4 souffrait de nombreux maux et difficultés d'évolutions, et ces dernières s'avéraient chaque jour plus nombreuses et nécessaires... Pour donner un ordre d'idées, le temps de traitement des opérations de calculs des points des membres prenaient en un jour écoulé, plus de temps que 24H. pour être effectués. En gros, même si plus de 500 membres voulaient rentrer par jour, comme c'était le cas les tous derniers jours, je ne pouvais plus les accueillir, je n'avais pas le temps technique de gérer les encaissements et reversements ! Il m'a fallu prévenir l'Organisation, leur garantir à tous de retrouver exactement la place qu'ils

occupaient avant, voire mieux (Car le 'réveil' qui ne se fera qu'ultérieurement au développement de l'entité juridique initiale) et j'ai fait '<?php print 'stop'; stop(); ?>' dans mon script... Et ceci devient le service n° 5 du présent projet.

Ce jour-là, gravement, j'ai pris une première décision: Ne plus jamais avoir de frein technique. Et ce fût-là, la stricte et unique motivation de chaque minute de mes quasi 24 derniers mois: Étudier... Au détriment de tout le reste, y compris de ma santé (Rendez-Vous sont maintenant enfin pris pour ramener cela au moins à la condition normale).

Avril 2014: Divorce, période pas gaie, mais aboutissant sur celle d'autres décisions...

Donc, j'ai 'brûlé mes vaisseaux', comme on dit, en mobilisant 100% de mon énergie à faire les choses qui me permettraient de réaliser mon projet, objet de l'actuel dossier.

Aujourd'hui, je suis prêt. Et l'aide des meilleures compétences de la B.G.E. devrait trouver pleinement sa valeur en consolidant certains points de mon projet, m'apportant des conseils spécifiques, etc... Afin de m'assurer de pérenniser cette énième création que l'on souhaite toujours dernière...

Je précise que bien qu'ayant eut échos de l'existence de la BGE ou assimilé auparavant, j'ai failli le faire sur l'expérience "MULHOUSE", mais l'urgence familiale et économique m'obligea de procéder trop vite au démarrage.

Aujourd'hui, rentrer dans ce cadre accompagné, contrôlé mais aussi collaboratif que vous proposez est ma priorité et le calendrier des jalons ainsi que leurs modalités finales se feront en fonction des conclusions de notre collaboration.

Avez-vous un réseau amical, familial de chefs d'entreprise ?

Oui.

3.1.7 Mesure de votre capacité entrepreneuriale

Avez-vous réalisé un test pour mesurer votre capacité entrepreneuriale ou suivi une formation ?

Non

Mais partant si vous l'estimez nécessaire.

Si oui, quelle action :

Test Mace : Oui Non

Bilan de compétences : Oui Non

Formation création entreprise : Oui Non

Autres : préciser

.....

.....

.....

Préciser la période, avec quel partenaire, les éléments principaux que vous en retirez.

.....

.....

4 Présentation de l'entreprise

4.1 Identité de l'entreprise

Raison sociale et nom commercial si différent	COTE
Adresse, code postal, ville	16 rue Casimir FOURNIER - 59600 MAUBEUGE
Téléphone, adresse e-mail	GrCOTE7@GMail.com
Date prévue d'inscription au CFE compétent	7/7/15
Nombre de salariés dans l'entreprise au démarrage	0

Activité principale :

Vente à distance sur catalogue général – 47.91A
(NAF rév. 2, 2008, édition 2015 - Sous-classe 47.91A)

Anciennement (RCS de Mulhouse) : Vente par correspondance sur catalogue général. (APE 526A)

Voir pour description précise de l'activité:

http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=nomenclatures/naf2008/n5_47.91a.htm

Activité secondaire:

Autres services personnels n.c.a. - 96.09Z
(NAF rév. 2, 2008, édition 2015 - Sous-classe 96.09Z)

Voir pour description précise de l'activité:

http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=nomenclatures/cpf2015/n6_96.09.19.htm

À noter :

L'entreprise a d'autres enseignes et appellation commerciales. (Voir annexe).

4.2 Divers

Informations	du	Cédant
--------------	----	--------

- Numéro - Numéro - Code NAF	SIRET SIREN	
Sollicitation du dispositif NACRE, préciser la (les) phase(s) : 1, 2 ou 3		
NACRE : accompagné par quelle(s) structure(s)		

4.3 Juridique

Informations diverses

Forme juridique	Entreprise individuelle
Statut auto-entrepreneur	Oui
Apport	500
Type de bail	Convention d'occupation précaire

Etat d'avancement

Tâche	Etat d'avancement	Commentaire	Référence annexe
Bail			
Statut			
Compromis			

Commentaires

En recherche de logement, le siège sera successivement:

- Au démarrage à ma domiciliation actuelle (Bail précaire)
- Dès attribution d'un numéro de dossier de demande de logement et de la détermination du futur domicile, à l'adresse de celui-ci.
- Acquisition d'un bien qui deviendra le siège définitif du Groupe.

4.4 Fiscal

Régime fiscal	Micro entreprise
Régime d'imposition	IR
TVA	Franchise en base de TVA
Date de clôture du premier exercice	30/01/2016
Date de clôture de l'exercice	31 décembre

4.5 Social

Statuts des créateurs

Identité porteur	Statuts
Lionel COTE	Chef d'entreprise TNS
Micro-Social	Non

5 Le projet

5.1 Description du projet

Mise en place d'une structure pluridisciplinaire basée sur 2 départements:

1 - VPC - Vente à distance sur catalogue général – 47.91A

(NAF rév. 2, 2008, édition 2015 - Sous-classe 47.91A)

Vente de produits + services divers (a), secondé par un réseau d'affiliation(b).

En fait, reprise du pôle commercial du concept évoqué ici:

http://www.tonwebmaster.com/zones_webmasters/interview_cote7.php

a) Magasin en ligne

www.cotemag.com - Opérationnel techniquement.

Site internet de e-commerce, basé sur la solution Open Sources PrestaShop.com

Rayons/Catégories mis en place:

Accueil
Auto
Moteur
Accessoires
Alimentaire
Café
BIO
Potage
Bien-Être
Corporel
Digestion
Soin & Beauté
Forme & Vitalité
Autre
Équipement
Informatique
Matériel
Tablettes

Médias - TV
Services
Hébergement WEB
Librairie
Épanouissement Personnel
Services
Publicité
Pro
Téléphonie

b) Réseau social:

www.boosteur.com - Gestion du réseau de distribution en cours de dev.

Site basé sur la solution Open Sources concrete5.

Permet l'enregistrements des membres avec gestion de la filiation et des encours relatifs à

www.Cotemag.com

Objectifs:

1. Assumer les besoins techniques de transactions du Groupe avec les clients des différents services.
2. Faire des propositions commerciales par mailing aux abonnés.

2 - CV - Autres services personnels n.c.a. - 96.09Z

(NAF rév. 2, 2008, édition 2015 - Sous-classe 96.09Z)

www.sublime-voyance.be - Opérationnel techniquement

Coaching de Vie

Promotion de services de coaching de vie - Ce service nécessite dans l'idéal, un important poste de dépense en terme de communication, de l'ordre de 700 H.T. / mois / Opérateur(rice).

Le site étant récent, n'ayant eut pour l'heure qu'un référencement naturel, et ayant peu de contenu verbeux, a et devrait continuer à avoir une visibilité réduite, et donc, un nombre de retours quasi insignifiant.

Même si avec un peu d'efforts, l'audience peut monter de façon significative, le retour par rapport à la presse traditionnelle (Papier) reste minoritaire. C'est en tous cas les dires de la majorité des concurrents.

Objectif:

Constitution à terme d'une équipe de **12 op. / 5 ans.**

5.2 Vos motivations et vos valeurs

5.2.1 Ce qui vous amène à choisir la création d'entreprise

Par obligation:

- Ce que je vais mettre en place maintenant n'existe nulle part ailleurs, donc, difficile pour moi de postuler auprès d'une quelconque entité juridique dans le domaine.
- De même, impossible de trouver une entreprise à reprendre qui exerce dans ces secteurs. Et en fait, la nécessité d'avoir un cadre fiscal et juridique légal afin de consolider la pérennité de l'entreprise et de faciliter son internationalisation.

5.2.2 Pourquoi cette activité en particulier ? Quelle en est sa finalité/sens ?

De façon globale:

Finalité: Avoir fait de ma Vie une complète réussite.

De façon détaillée:

Service 1 - VPC :

Finalité:

- * Besoin pour le Groupe d'avoir un support technique commercial complet (Prises de commandes, gestion des stocks et encours, encaissements tous types, suivi des livraisons, relations clientèles) pour les transactions.
- * Générer du C.A. en proposant produits et services divers.

Service 2 - CV :

Besoin de revenus rapides, visant principalement à assumer financièrement les besoins financiers initiaux de base de la structure juridique.

5.3 Le produit/le service

5.3.1 Description des produits et/ou services proposés ; quelles parts respectives représentent-ils dans le chiffre d'affaires ?

1: VPC:

=> Vente par Correspondance sur Catalogue général donc produits et services divers et variés (5% au début à 95% à terme).

2: CV:

=> Coaching de vie (95% à 5% à terme)

Les % indiqués ici ne sont que pures rapides estimations et seul un bon prévisionnel sera apte à peaufiner, considérant la période de démarrage (6 mois), car au fur et à mesure du développement des services, ceux-ci supplanteront largement les 2 premiers secteurs.

5.3.2 A quel(s) besoin(s) ces produits/services répondent-ils ?

1) Séduit par quelque chose, on peut l'acheter...

Bref, possibilité de propositions diverses et commerciales. Pourquoi achetez-vous ce que vous achetez ?

Répondons à cette unique question, trouvons la masse concrète qui sera support de l'action

(Prospection mailing sur le fichier d'inscrits) en respectant les réponses à la précédente question, et le but sera atteint.

Actuellement, certaines références sont prêtes (Environ 50), et le Back-Office du script permet très facilement l'ajout et la modification des fiches produits par quiconque, même sans aucune connaissance technique.

Un Cadre juridique digne de ce nom permettra enfin de remettre en route ce que j'appelle la "moulinette", un bout de script qui envoie régulièrement des propositions aux inscrits (Respect des droits de la vie privée et de la législation (Loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés) et des dispositions relatives au SPAM).

On n'attend pas le client, on va le chercher (S'il s'est donc au préalable volontairement inscrit). Et c'est mieux ainsi: En effet, actuellement, ce ne sont pas moins de 5000 nouveaux sites de e-commerce / jour... Pointer son nez dans ce secteur sans avoir une touche d'originalité et n'avoir que ça, est quasiment du pur suicide, commercialement parlant, sauf pour quelques rares cas exceptionnels. À proscrire.

Inscription C.N.I.L. faite en 1990 pour le réseau initial, certainement à refaire (ou pas) pour les nouvelles appellations commerciales.

2) e-Coaching: Répondre à un besoin viscéral pour certains de se tourner vers autrui afin d'avoir des 'réponses', quand confronté seul, cela est trop difficile...

Dans la mesure où cela ne coûte que de l'argent et ce, de façon relativement modérée (Par exemple, les communications sont automatiquement coupées par l'opérateur historique Belge, après 10 minutes. En France, il n'y a pas de solutions similaires, excepté avec des services de prestataires privés très gourmands...) et que généralement, le 'Client' s'en retrouve réconforté, parfois cela l'aidant même à passer directement un cap souvent très difficile pour lui, ne revêtant au final l'usage que de choses basiques (Contacts téléphoniques), cette activité peut être réévaluée dans notre considération collective, plutôt négative en général, à la base... Sous seule réserve néanmoins de rester vigilant sur le mental des opérateurs(trices)...

Nous l'adoptons au simple titre: Quel est le but d'une entreprise ? Générer du profit ! Ce service est très facilement gérable; Il nécessite moins de 10 à 15 heures de traitement sur le mois en temps de gestion; il ne coûte rien en installation et va générer les bénéfices nécessaires à la survie de l'entité initiale. Un opérateur(trice) réalise mensuellement, actuellement chez mes concurrents, en moyenne 3 000 min. à 1.50 euros TTC la minute de C.A., le taux de reversions d'un des fournisseurs (Néerlandais- N°1 européen dans ce domaine) que j'ai rencontré est de l'ordre, hors TVA, de 75 %, sans frais fixes....) Une connaissance africaine qui, après 8 année d'existence, a maintenant 16 opérateurs(trices) sur le territoire français et belge à son service, est chez un autre prestataire que ce n°1 avec lequel il a eût un différent dans le passé (Donc, à priori, offrant des conditions tarifaires moins avantageuses), et qui de plus, sous-traite la gestion technique de son site internet - Le moindre ajout, la moindre modification, lui coûte de l'argent – Exemple : 125 € H.T. pour modifier une petite partie d'une page) passe son temps au téléphone avec certain(e)s d'entre eux(elles), car sous utilise l'outil informatique... Mais souvent, c'est tout de même depuis TAHITI, PAPEETE et dernièrement New-York, bref divers endroits qu'on aimerait tous bien connaître un jour (Estimé: 3/4 de l'année 'en déplacement')...

5.3.3 Avez-vous pris en compte les aspects environnementaux, territoriaux et sociaux de vos produits/services ?

Oui.

Pour les parties commerciales du projet dont la cible n'est pas forcément uniquement francophone (Services 1 et 5 principalement), il est important de considérer les particularismes sociaux et économiques des pays concernés, notamment de tenir compte d'une part de la valeur de la monnaie, des paramètres socio-économiques tel le salaire moyen, le prix d'une baguette de pain, etc... Pour déterminer quel impact dans le budget du client, notre proposition peut engendrer, et d'autre part, des moyens de paiements dont il peut (ou pas) disposer en général... Ces considérations ont été vues pour les pays dont la langue est prête dans le Shop (Voir <http://www.CoteMag.com> et en particulier, les différents drapeaux représentatifs des langues activées en haut à droite).

6 L'étude de marché

6.1 Marché et évolution du secteur

6.1.1 Quelle est l'évolution de votre marché depuis 5 ans ?

Le service 1 (Le Shop) verra son développement de C.A. en fonction de la fréquentation et du développement du site d'affiliation. En effet, pour tout shop en ligne prédomine la règle suivante: Le site peut être techniquement parfait, les produits du meilleur rapport qualité/prix qui soient, aucune vente ne sera réalisée si pas un prospect n'en a pas connaissance... Et à contrario, le site pourrait être techniquement faible, mais connaître une énorme fréquentation, les produits présentant globalement un rapport Qualité/Prix même moyen qu'il y aura du C.A. ...

Donc, nous pouvons restreindre et simplifier quasiment l'étude économique en se basant uniquement sur le service de CV, dont les données sont plus connues, pour la période de démarrage.

Évolution: Tant pour le e-Commerce, que pour le Service aux personnes, ces domaines sont en plein essor.

Voir le nombre de sites de e-commerce en naissance, et dans tous journal d'annonces (souvent gratuits et programme TV) le nombre croissant d'encarts destinés à ce type de services. L'importance d'internet favorisant d'ailleurs la pénétration de ce domaine sur les populations. Concerne toutes les couches socio-professionnelles et reste indépendant de la situation géographique des consultants.

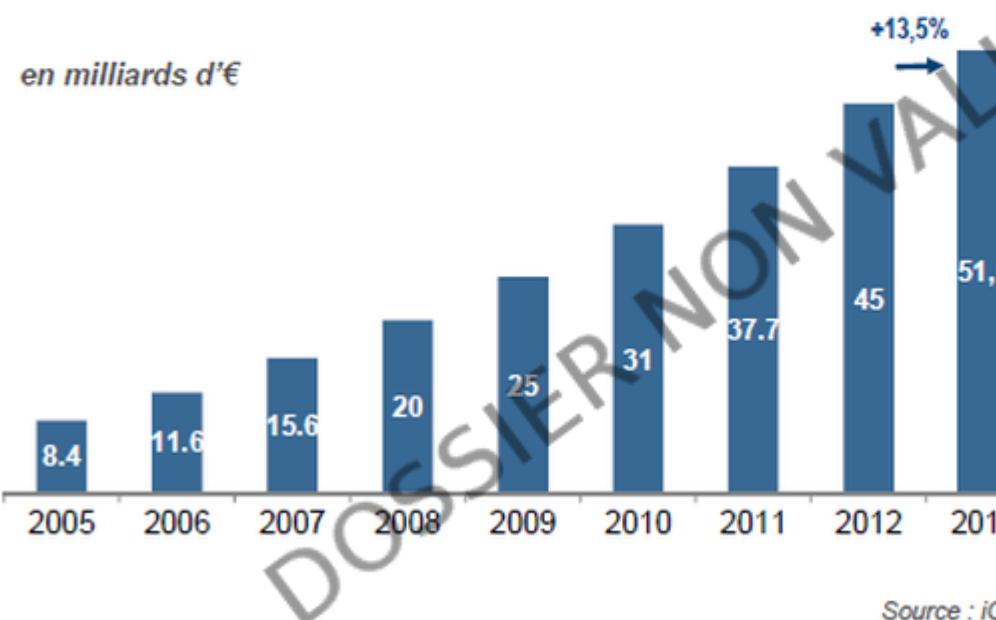
6.1.2 Quelles sont les tendances de votre marché dans les prochaines années ?

VPC: En hausse, chaque jour de plus en plus...

La croissance du marché de l'e-commerce en France depuis 2005 et les prévisions pour l'année prochaine.

Selon la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad), les ventes sur Internet continuent de progresser à un rythme soutenu. En 2014, les ventes sur internet ont atteint 56,8 milliards d'euros, en hausse de 11% sur un an. Les ventes de Noël (novembre-décembre), qui représentent 20% du chiffre d'affaires de l'année, ont atteint 11,4 milliards d'euros soit 13% de plus qu'à Noël 2013.

Source: <http://www.journaldunet.com/ebusiness/commerce/chiffre-affaires-e-commerce-en-france.shtml>



CV: Sera en hausse tant que des personnes rencontreront des difficultés dans leur vie, dans quelque domaine et sur quelque plan que ce soit.

6.2 La réglementation professionnelle

Néant.

Pas de réglementations spécifiques pour l'exercice de nos activités.

Pour le e-Commerce, et en particulier notre vision du catalogue général que nous développons, se "limiter" à la distribution de produits et services non-réglementés.

Pour l'activité de Coaching de Vie, le terme juridique de l'activité reconnu est 'Conseil en relations humaines', et n'est pas régit par quelque réglementation particulière que ce soit. Depuis le 1er mars 1994, l'article R.34.7 qui punissait ceux qui font métier... Ou d'expliquer les songes a été abrogé.

L'exercice des arts divinatoires à titre professionnel est resté jusqu'à peu une activité interdite. L'article R.34 7° de l'ancien Code pénal punissait en effet jusqu'en 1994 de l'amende prévue pour les contraventions de 3ème classe "ceux qui font métier de deviner et pronostiquer, ou d'expliquer les songes".

Le nouveau Code pénal, entré en vigueur le 1er mars 1994, ne reprend pas cette infraction, peu utilisée il est vrai, de sorte que désormais la profession d'astrologue, de voyant ou de médium est autorisée, conformément au principe de légalité qui veut que tout ce qui n'est pas interdit par la loi est permis. Le métier n'est pas pour autant spécialement réglementé. Aucun diplôme particulier n'est exigé, il n'existe pas d'ordre des professionnels des arts divinatoires, pas d'obligation particulière de concours, d'autorisation, d'enregistrement. Il n'existe pas non plus de conditions de capacité financière ou de capacité professionnelle pour se lancer dans le métier. Autrement dit, quiconque peut devenir du jour au lendemain astrologue ou voyant et en tirer des revenus, en faire son métier, même s'il n'a pas de connaissances approfondies des arts divinatoires, même s'il n'en a aucune. On voit d'emblée le danger de cette absence de réglementation. Toutefois, les professionnels des arts divinatoires ne baignent pas dans l'impunité et sont soumis à des textes généraux, que ce soit en matière fiscale, sociale, civile ou pénal.

<http://inad.info/documents/conditions-d-exercice-des-arts-divinatoires>

Il est même offert aux praticiens(iennes) qui le souhaitent de profiter du portage salarial !

(Exemple: http://www.legicite.com/portage_salarial/portage-salarial-voyance.php)

6.3 Besoins de formation

Non.

6.4 Clientèle

6.4.1 Description de la clientèle visée

Toutes zones (Y compris internationnales pour le magasin en ligne) et pour le CV, là où la promotion des n° d'appels est faite.

Toutes catégories socio-professionnelles.

6.4.2 Pourquoi cibler cette clientèle ? Avez-vous déjà des contacts, des commandes prévues ?

VPC: Fichier en constante évolution.

CV: Pourquoi ? Pour répondre à son besoin.

Contrat/Commandes prévues:

1. 50 à 60 %: Roulement (Habitués).
2. 40 à 50 %: Nouveaux clients chaque mois, dont une partie renouvelle le staff d'habitués (Pour le maintenir à son niveau moyen).

6.4.3 Disposez-vous d'un fichier client, si non, l'envisagez-vous ?

VPC: Oui, le fichier des personnes enregistrées au fil des ans.

CV: Oui, les consultants que l'on peut considérer habitués suivent leur praticien(nne).

De plus, pour chacun de ces domaines, possibilité aisée d'agrémenter ce fichier en mettant en ligne un formulaire OPT-IN, suivi d'envois de mailing.

6.4.4 Analyse du marché

?

Sans intérêt pour l'activité en question, tellement la variété et répartition de la population cible est large (Tous âges, tous sexes, toutes situations sur quelque plan que ce soit) si ce n'est que, pour le CV, la clientèle est nationale, ou plus exactement au minimum limitée par la langue de l'opérateur(trice).

6.4.5 Partenariats locaux

Oui.

Animations possibles, et possibilité de participer à différents salons...

6.5 Analyse de la concurrence

Nom	Description	Points forts	Points faibles
https://www.google.be/webhp?sourceid=chrome-instant&rlz=1C1MDNF_frFR484FR484&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=voyance%20telephone			

Mon positionnement

Quelle est votre valeur ajoutée par rapport à vos concurrents, vos avantages concurrentiels, votre « plus » ?

Aucune. Mêmes tarifs, mêmes services, même moyens de promotions.
Eventuellement, management des intervenants différent.

Points forts

- Usage de l'outils informatique interne, la plupart des autres sous-traitent la moindre modification de leur site qui leur est alors, et logiquement, facturée.
- Considération différentes de l'importance des intervenants.
- Gestion financière potentiellement complètement automatisable.
- Imagination assez fertile permettant soit d'animer commercialement l'activité, soit de la modifier à gré.

Points faibles

- Moyens personnels très faibles (Uniquement parce que conséquence de mes choix de vie précédents)
- Gestion financière obligatoirement très rigoureuse au démarrage.

6.6 Fournisseurs

Fournisseur	Type de produit	Condition de prix, remise et achats	Délai de paiement (en jours)	Délai de livraison (en jours)	Acompte (en %)	Raison du choix du prestataire
NL TELECOM (Halle-BE)	Services en téléphonie	67% de reversion du montant HT des minutes générées.	30			C'est le n°1 européen présentant véritablement les meilleures tarifs. Inconvénient: Exige un n° de TVA
TECHTEL (Créteil - FR)	Services en Téléphonie	60% de reversion du montant HT des minutes générées.	50			Statut auto-entrepreneur suffisant N° de TVA non indispensable
ONLINE (PARIS - FR)	Services Informatiques	Prestataire informatique en hébergement WEB (Provider)				Meilleures offres pour les serveurs dédiés. (Derrière Groupe ILIAD, alias FREE) Fournisseur des hébergements WEB - Ancienneté: J'y suis client depuis 15 ans pour mes serveurs.
BOOKMYNAME (PARIS - FR)	Services Informatiques	Prestataire informatique en noms de domaines				Groupe BNP Paris-Bas derrière - Fiable - Très raisonnable niveau prix - Permet de centraliser nos domaines. Même ancienneté que Online.

7 Moyens humains et logistiques

7.1 Le local

Lieu d'implantation	Inutile. Bail précaire au départ suffisant.
Type de localisation	
Type de domiciliation	
Commentaires pour la zone de chalandise	Superficie, type de bail, incidences du diagnostic de performance énergétique, normes d'accessibilité 2015, bail précaire ou non, est-ce une reprise de bail, y a-t-il une promesse de bail signée, ...
Analyse de la pertinence	

7.2 Moyens humains

* Par défaut, le taux de charges patronales applicable est de 45%.

Commentaires

Pas de salarié.

D'un côté les fournisseurs nécessaires, de l'autre les indépendants déjà en activité (CV).

7.3 Mon organisation

Rappel: L'étude économique se fonde exclusivement sur le service n°2 pour lequel ce développement est non avenu.

Une parenthèse peut être faite pour préciser que pour les services 3 à 5, chaque collaborateur est un Atout, car chacun a des qualités. L'Organisation doit être à même de confirmer celles-ci, de contrôler qu'elles sont bien le choix du candidat, et de positionner le candidat en fonction de ces paramètres.

Implication totale: Ils y sont libres, peuvent tout changer s'ils le désirent et sous seule réserve que le reste du collège agréée ces choix.

Pas de liens familiaux ou autres nécessaires, pas de passe-droits.

Répartition des rôles, responsabilités et pouvoirs en fonction des désirs et compétences de chacun.

7.4 Sous-traitants

8 Stratégie commerciale

8.1 Prix de vente

Coefficients et marge envisagée

VPC: Les produits, si existant dans d'autres sites de e-commerce concurrents, sont positionnés au mêmes niveaux de prix.

Sinon, pour produits et/ou services uniques, sont déterminés par des tests pratiqués sous autres domaines (Autre URL de site de e-commerces - Exemple: www.hyperaffaires.com et www.CoteShop.com activés que pour la circonstance)

CV: Prix vente: 1.00 € H.T.

Prix d'achat: 0.50 € H.T. (Au pire)

Panier moyen

VPC: 40.00 €

CV: 5.64 ' soit 7.05 € HT de C.A. / appel.

Capacité maximale de production ou de vente

Pas de limite de cet ordre.

Note pour l'activité VPC: 99% des produits sont géré en drop-ship.

8.2 Politique de prix

CV: Tarif unique pour la France, la Suisse, le Luxembourg et la Belgique (Francophone et Néerlandaise) : 1.50 €

Note: Pour la France, un système d'achat de crédit de minutes est pratiqué, mais correspondant au final au même tarif que pour BE.

8.3 Politique de communication

Politique de communication

VPC: Mailing hebdo sur offre commerciale précise.

CV: Encarts publicitaires de façon permanente dans journaux gratuits adaptés.

Compter un budget pour une optimisation du rendement de l'ordre de 700 H.T. / mois / Opérateur(trice)

(Déjà pré-compté dans coût de revient des séances).

Dans mon plan, la cadence est réduite à une semaine sur deux les deux premiers mois, et

pourra probablement être considérée pour plusieurs opérateurs.

Ici apparaissent les dépenses rapportées au mois et destinées aux insertions d'encarts pour autres besoins (Développement de l'équipe / Compensation de l'éventuel Turn-Over) et uniquement pour la première année.

Actions de commerce et communication

Libellé de l'action	Période	Date de première échéance	Durée (en jours)	Montant HT (en €)	Imputation
VLAN (BE)	Mensuelle	31/07/2015			27 Compte de résultat

Plan média 2015 - 2016

Action	Juil	Aoû	Sep	Oct	Nov	Déc	Jan	Fév	Mar	Avr	Mai	Juin
VLAN (BE)												

8.4 Politique de distribution

VPC:

100 % via internet.

CV:

95 % des ventes par rapport à encarts publicitaires dans gratuits.

5% (Au début) des ventes par rapport à retours du site WEB .

8.5 Divers

8.5.1 Satisfaction de vos clients

Oui: Sondages en ligne, notation des opérateurs, témoignages des consultant(e)s.

(Ce qui permet en amont de développer la qualité et la sélection de ceux-ci)

Non, pas d'association prévisible.

8.5.2 Critères de réussite de votre entreprise

Au niveau de l'entreprise, faire en sorte que toutes décisions et orientations soient définies le plus possible de façons collégiales.

Aux niveau de la redynamisation, celle-ci n'est pas restrictive géographiquement à une zone locale.

Globalement, philosophie de minimisation optimale des coûts et charges afin que le seuil de rentabilité soit aisément atteint.

8.5.3 votre entreprise dans 3 ans, 5 ans et 10 ans

Service 1 en constante hausse selon progression du fichier des affiliés.

Service 2: Base de roulement stabilisée en 3 ans.

9 Dossier financier

9.1 Plan de financement

9.1.1 *Calcul d'emprunts*

9.1.2 *Tableau des immobilisations*

9.1.2.1 Immobilisations incorporelles

9.1.2.2 Immobilisations corporelles

9.1.2.3 Immobilisations financières

9.1.2.4 Synthèse immobilisations première année

9.1.3 *Calcul du besoin en fonds de roulement*

- Inscription RCS 1er semestre 2016 (Sous réserve de l'atteinte des seuils de C.A. en vigueur):
250 €.

- Insertions d'encarts publicitaires : 160 € H.T. x 4.33 (52 semaines / 12 mois)
(Sauf phase de démarrage où insertion d'encarts réduits à 2 semaines sur le premier mois)

DOSSIER NON VALIDÉ

9.1.4 BFR

Calcul du BFR

	Départ	Délai année 1	Année 1	Délai année 2	Année 2	Délai année 3	Année 3
Besoins							
Encours clients							
Stock initial et évolution							
Total des besoins							
Ressources							
Encours fournisseurs							
Achats							
Sous-traitance							
Total des ressources							
BFR							
BFR							
Variation du BFR							

9.1.5 Plan de financement sur 3 ans

Besoins

Besoins	Départ	Année 1	Année 2	Année 3
Total	500	500		
Besoin de trésorerie	500	500		

Ressources

Ressources	Départ	Année 1	Année 2	Année 3
Total	500	13 200	21 067	38 087
Capitaux propres	500	1 000		
Apports personnels	500	1 000		
Apport en numéraire	500	1 000		
Capacité d'autofinancement		12 200	21 067	38 087

Soldes	Départ	Année 1	Année 2	Année 3
Excédent (+) ou insuffisance (-) de financement		12 700	21 067	38 087
Solde cumulé		12 700	33 767	71 854

9.2 Compte de résultat

9.2.1 Produits et services

9.2.1.1 Séance Coaching

Reconstitution du CA

	Juil	Aoû	Sep	Oct	Nov	Déc	Jan	Fév	Mar	Avr	Mai	Juin	Total
Tarif HT	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	56 250
Qté		1 500	2 250	3 000	3 000	4 500	5 250	6 000	6 000	7 500	8 250	9 000	56 250
Total	1 500	2 250	3 000	3 000	4 500	5 250	6 000	6 000	7 500	8 250	9 000	9 000	56 250

	Année 1	Année 2	Année 3
Pourcentage d'évolution		100 %	100 %
Total HT	56 250	112 500	225 000

9.2.1.2 Produit 2

Reconstitution du CA

	Juil	Aoû	Sep	Oct	Nov	Déc	Jan	Fév	Mar	Avr	Mai	Juin	Total
Tarif HT													
Qté													
Total													

	Année 1	Année 2	Année 3
Pourcentage d'évolution			
Total HT			

9.2.1.3 Produit 3

Reconstitution du CA

	Juil	Aoû	Sep	Oct	Nov	Déc	Jan	Fév	Mar	Avr	Mai	Juin	Total
Tarif HT													
Qté													
Total													

	Année 1	Année 2	Année 3
Pourcentage d'évolution			
Total HT			

9.2.2 Compte de résultat sur 3 ans

Compte de résultat sur 3 ans

	Année 1	%	Année 2	%	Année 3	%
Produits	56 250	100 %	112 500	100 %	225 000	100 %
Séance Coaching	56 250	100 %	112 500	100 %	225 000	100 %
Achats	34 877	62 %	69 755	62 %	139 509	62 %
Achat pour Séance Coaching	18 002	32 %	36 005	32 %	72 009	32 %
Sous-traitance pour Séance Coaching	16 875	30 %	33 750	30 %	67 500	30 %
Marge brute	21 373	38 %	42 746	38 %	85 491	38 %
Charges externes	3 764	7 %	7 139	6 %	13 889	6 %
Autres services extérieurs	3 764	7 %	7 139	6 %	13 889	6 %
Publicité	389		389		389	
Divers	3 375		6 750		13 500	
Valeur ajoutée	17 609	31 %	35 607	32 %	71 602	32 %
Impôts et taxes	440	1 %	890	1 %	1 790	1 %
Contribution économique territoriale	440		890		1 790	
Charges de personnel	1 969	4 %	7 650	7 %	22 725	10 %
Charges sociales du dirigeant	1 969		7 650		22 725	
Excédent brut d'exploitation	15 200	27 %	27 067	24 %	47 087	21 %
Résultat d'Exploitation	15 200	27 %	27 067	24 %	47 087	21 %
Résultat courant	15 200	27 %	27 067	24 %	47 087	21 %
Résultat de l'exercice	15 200	27 %	27 067	24 %	47 087	21 %
Prélèvement de l'exploitant	3 000	5 %	6 000	5 %	9 000	4 %
Capacité d'autofinancement	12 200	22 %	21 067	19 %	38 087	17 %

9.3 Seuil de rentabilité

Seuil de rentabilité

	Année 1	%	Année 2	%	Année 3	%
Charges fixes	2 798		8 929		24 904	
Charges variables	38 252	68 %	76 505	68 %	153 009	68 %
Chiffre d'affaires	56 250	100 %	112 500	100 %	225 000	100 %
Marge sur coût variable	17 998	32 %	35 995	32 %	71 991	32 %
Taux de marge sur coût variable		32 %		32 %		32 %
Seuil de rentabilité avant rémunération du dirigeant	8 744		27 907		77 834	
Seuil de rentabilité après rémunération du dirigeant	18 120	32 %	46 659	41 %	105 963	47 %
Ecart de faisabilité	38 130	68 %	65 841	59 %	119 037	53 %

9.4 Plan de trésorerie

Encaissements

	Juil	Aoû	Sep	Oct	Nov	Déc	Jan	Fév	Mar	Avr	Mai	Juin
Total	500	2 000	2 250	3 000	3 000	4 500	5 250	6 000	6 000	7 500	8 250	9 000
Produits (tva collectée)	1 500	2 250	3 000	3 000	3 000	4 500	5 250	6 000	6 000	7 500	8 250	9 000
Séance Coaching	1 500	2 250	3 000	3 000	3 000	4 500	5 250	6 000	6 000	7 500	8 250	9 000
Capitaux propres	500	500										
Apports personnels	500	500										
Apport en numéraire	500	500										
Solde en début de mois	468	1 415	1 971	2 794	3 616	4 866	5 830	7 007	8 185	9 789	11 608	

Décaissements

	Juil	Aoû	Sep	Oct	Nov	Déc	Jan	Fév	Mar	Avr	Mai	Jun
Total	32	1 052	1 694	2 178	2 178	3 250	4 286	4 823	4 823	5 895	6 431	6 968
Charges sociales du dirigeant			131	105	105	158	184	210	210	263	289	315
Autres charges externes	32	122	167	212	212	302	347	392	392	482	527	572
Autres services extérieurs	32	122	167	212	212	302	347	392	392	482	527	572
Publicité	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Divers	90	135	180	180	270	315	360	360	450	495	540	
Achats effectués	930	1 395	1 860	1 860	2 790	3 255	3 720	3 720	4 650	5 115	5 580	
Séance Coaching	930	1 395	1 860	1 860	2 790	3 255	3 720	3 720	4 650	5 115	5 580	
Achat	480	720	960	960	1 440	1 680	1 920	1 920	2 400	2 640	2 880	
Sous-traitance	450	675	900	900	1 350	1 575	1 800	1 800	2 250	2 475	2 700	
Rémunération ou prélèvement des dirigeants						500	500	500	500	500	500	500
Lionel COTE						500	500	500	500	500	500	500

Soldes

Soldes	Juil	Aoû	Sep	Oct	Nov	Déc	Jan	Fév	Mar	Avr	Mai	Jun
Solde en début de mois		468	1 415	1 971	2 794	3 616	4 866	5 830	7 007	8 185	9 789	11 608
Total encassements	500	2 000	2 250	3 000	3 000	4 500	5 250	6 000	6 000	7 500	8 250	9 000
Total décaissements	32	1 052	1 694	2 178	2 178	3 250	4 286	4 823	4 823	5 895	6 431	6 968
Solde mensuel	468	948	556	822	822	1 250	964	1 177	1 177	1 605	1 819	2 032
Solde mensuel cumulé	468	1 415	1 971	2 794	3 616	4 866	5 830	7 007	8 185	9 789	11 608	13 640

10 Le créateur, le conseiller : les attentes, les préconisations

10.1 Vision créateur

	Points forts (décrire)	Points faibles (décrire)	Actions correctives (prévoir ou à prévoir)
Le créateur	Heureux. Déterminé. Travailleur.	Extrémiste dans ses choix et actions personnelles.	Être plus égoïste.
Le projet	Ambitieux. Pluridisciplinaire. Fort potentiel.	Basé sur une réalité ponctuelle de moyens très très faibles. Complexe.	Consolidier la puissance financière afin d'avoir plus de possibilités de développer divers, et de parer plus aisément aux impondérables.

environnement	Géré différemment...
familial	Sans répercussions graves sur le projet, donc, néant ici.

TAF:

1. Cf. **BIPE**
2. Cf. **Couveuse**
3. Cf. **Autres ateliers existant**
(Ex. Atelier A.E. - Suivi le 19/05/201052
Autres atelier nécessaires)

10.2 Vision de la BGE

10.3 Attente en terme de suivi

- Consolider les points du projet sur lesquels j'aurai été un peu vite en me signalant les aspects et points concernés sur lesquels et pour lesquels je retravaillerai.
- B.G.E. et autres partenaires nécessaires.

DOSSIER NON VALIDÉ