

REPUBLIQUE DE DJIBOUTI
Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche

UNIVERSITE DE DJIBOUTI



جمهورية جيبوتي
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة جيبوتي

2019-2020

CREATION D'ENTREPRISE

ENCADRE PAR: RAHO ALI AHMED

AYOUB BUREAUTIQUE

REALISEE PAR:

- + AYOUB HOUSSEIN DIRIEH**
- + AYANLE DAOUD NOUR**
- + AWALEH YOUSOUF MIGANEH**
- + BILAN LIBAN HOUSSEIN**
- + BILAN SAID DJAMA**

GEA2

Table des matières

I.	DESCRIPTION DE L'IDEE DE PROJET	6
1.	Description de l'idée	6
2.	Description de produit et service	7
3.	Description de besoin.....	7
4.	Description de cible	7
5.	Description de l'avantage concurrentielle.....	8
6.	Description du porteur de projet	9
7.	Atouts et freins du projet.....	11
8.	Historique de l'idée	11
9.	Les objectifs à long terme	12
II.	Analyse stratégique du marché	13
1.	Analyse du secteur	13
B.	Analyse de la rentabilité du secteur.....	14
C.	Analyse de l'environnement	14
D.	SWOT	14
E.	PESTEL	15
2.	ANALYSE DU MARCHE	16
A.	OFFRE.....	16
B.	DESCRIPTION DES CONCURRENTS	16
B.	ANALYSES DES FORCES ET FAIBLESSE	17
a.	5 FORCES DES PORTER.....	18
D.	DEMANDE.....	19
III.	Marketing Mix	20
1.	Produit ou service	20
2.	Politique prix.....	21
3.	Politique de communication	21
4.	Politique distribution.....	21
IV.	BUSSNESS MODEL.....	22
V.	PLAN D'ORGANISATION ET DE PRODUCTION	25
1.	PROCESSUS DE PRODUCTION	25
2.	APPROVISIONNEMENT	26
3.	RESSOURCES TECHNIQUE.....	26
4.	RESSOURCES HUMAIN	27
5.	ORGANIGRAMME ET STYLE DE MANAGEMENT	27
6.	IMPLANTATION	27
VI.	PARTIE JURIDIQUE.....	28
VII.	CONCLUSION.....	29

REPARTITION DES TACHE

REALISATEUR	PARTIE
AYOUB HOUSSEIN DIRIEH	BUSINESS MODEL ET REMERCIEMENT
BILAN LIBAN HOUSSEIN	PLAN D'ORGANISATION
AWALEH YOUSOUF MIGANEH	JURIDIQUE
AYANLE DAOUD NOUR	INTRODUCTION ET CONCLUSION

REMERCIEMENTS

Je remercie dans un premier temps notre seigneur ALLAH, qui par sa grâce et sa volonté ma donner la force et la santé afin de réaliser mon projet de création d'entreprise.

D'abord, Je tiens en tout premier lieu à exprimer ma profonde gratitude et ma sincères remerciements à Mon chère professeure Mme **RAHO ALI AHMED** pour la qualité de son enseignement, et pour ses précieux conseils et son orientation ficelée tout au long de l'élaboration de projet de création d'entreprise.

Ensuite, Tout mes expression de reconnaissance et gratitude à tous les enseignants de l'université de Djibouti pour leurs formations exemplaire qui m'ont non seulement grave soutenu pour mener ce projet mais d'égaleme nt m'as permis d'approfondir mon connaissances.

Finalement, je exprime m'as vifs et sincères remerciement à toute personnes ayant participé de près ou de loin au bon déroulement de ce projet et à la réalisation de ce travail.

INTRODUCTION

La création d'entreprise constitue dans le monde un secteur clé pour le développement économique et social d'un pays.

En cette deuxième année d'étude en **Gestion d'Entreprise Administrative(GEA2)**, nous sommes amenés à créer une entreprise de notre choix. Par groupe de 5 étudiants, nous devons faire un travail de recherche consistant à détailler les différentes étapes de la création d'entreprise grâce aux connaissances acquises durant notre cursus universitaire. Nous avons opté comme thème la création d'une entreprise bureautique, dans le secteur tertiaire de service pour aider l'entreprise à mieux s'adapter dans le domaine bureautique. Notre entreprise sera dénommée « **AYOUB BUREAUTIQUE**» située au centre-ville.

Par ailleurs la création d'entreprise est une matière très importante qui nous donne plein d'expériences qui ont une relation directe avec notre futur travail.

En effet, le secteur tertiaire se comporte très forte dans l'économie Djiboutienne et aussi forme un élément essentiel dans le cadre de vie et des conditions sociales d'une grande partie de la population qui ne dispose pas d'emploi et dont le besoin de créer des entreprises est important pour contribuer au développement du pays.

De plus, le succès dans la création d'entreprise repose sur la motivation et les qualités de l'entrepreneur, mais aussi sur l'intérêt d'idée ou l'opportunité qu'il compte exploiter. Un entrepreneur est défini dans le dictionnaire Larousse comme « une personne physique qui prend le risque de réunir des capitaux et des hommes, et qui a pour but de réaliser un certain nombre d'objectifs économiques »

Dans le cadre de création d'entreprise, nous avons décidé de créer une entreprise spécialisée dans la vente de matériel informatique et bureautique.

Quelles sont les étapes pour réaliser notre projet ? Notre entreprise sera-t-elle rentable ?

Enfin, pour répondre à cette problématique, nous présenterons dans un premier temps une description complète de l'idée de notre projet, ensuite nous analyserons les points stratégiques de la marche, cependant nous étudierons sur le marketing mix ainsi que sur le business model et finalement après avoir détaillé notre plan d'organisation et de production, nous tenterons la partie juridique ainsi que la partie financière de notre organisation.

I. DESCRIPTION DE L'IDEE DE PROJET

1. Description de l'idée

Tout d'abord la création d'entreprise commence par une idée qu'elle naisse de notre expérience, de savoir-faire, d'une imagination ou d'un concours de circonstance. Il s'agit suivant au départ d'une intuition ou d'un désir qui s'approfondit et mûrit avec le temps. La création de cette entreprise nous passionne toutes les 5 lors de nos réunions en groupe cela nous a paru intéressant et facile à réaliser. De plus, nous avons remarqué que car le domaine du bureautique est magique et féérique, c'est pourquoi nous nous sommes lancées dans cette création.

On appelle bureautique l'ensemble des moyens et méthodes appliqués aux activités de bureau permettant de traiter informatiquement des informations écrites, visuelles ou sonores. Le terme de « bureautique » est apparu pour la première fois en 1976 (en tant que traduction de l'expression anglaise Office automation), Ce mot regroupait alors tout ce qui concerne l'information en rapport avec le travail de bureau.

Notre idée consistée à créer une **entreprise bureautique** désigne une assistance aux activités de bureau. À ce titre. Elle regroupe l'ensemble des techniques et des outils tendant à automatiser les activités de bureau, elle prend en compte les aspects organisationnels dont ceux de la coopération entre des individus actifs à l'intérieur d'un bureau et aussi permettant de traiter informatiquement des informations écrites, visuelles ou sonores.

La société bureautique qui a la forme juridique SARL, exerce une activité commerciale c'est-à-dire elle achète à l'extérieure et revend dans le territoire.

L'objectif principal est d'être un leader sur le marché djiboutienne afin d'extraire une part de marché importante sur le territoire national. et aussi le but de la bureautique est ainsi de fournir des éléments permettant de simplifier, d'améliorer et d'automatiser l'organisation des activités d'une personne morale (entreprise) ou d'une personne physique (chez nous).

2. Description de produit et service

PRODUIT

Un **produit** est un bien vendu par une organisation. Ou **c'est** la promesse faite par la firme de satisfaire un besoin, généralement moyennant un prix à payer par l'utilisateur

Nous distribuons les produits micro-informatique Canon, Cisco, HP, Dell, tous les formats et types de papiers que nous proposons, du papier blanc simple aux papiers spécifiques. Papier blanc multifonction, Papier couleur, Papier photo jet d'encre, Papier d'arts graphiques, Bobines, , Étiquettes, Imprimés et papiers techniques Cahiers classiques Cahiers scolaires , Cahiers professionnels mais aussi les produits haut gamme c'est-à-dire les instruments facilitant et organisant tous vos travaux de bureau.

SERVICE

Nous offrons une gamme complète de services professionnels et de services gérés pour aider les clients à planifier, construire, soutenir, gérer, améliorer et innover le cycle de vie complet de leurs infrastructures informatiques, offrant ainsi des retours mesurables et positifs sur les investissements informatiques. Et aussi le service **après-vente** c'est-à-dire la réparation des produits livrés chez la clientèle

3. Description de besoin

Un besoin est quelque chose qui manque et dont la présence est indispensable à la vie; par différence avec l'envie qui est un désir superficiel dont la satisfaction n'est pas indispensable à la vie.

De plus en plus indispensable de nos jours que ce soit à la maison ou le bureau les articles informatiques font partie du quotidien

Il répond à un besoin d'accomplissement c'est-à-dire un besoin secondaire. La population Djiboutienne a vraiment besoin de matériel bureautique visant à améliorer et à renforcer leur vie quotidienne Conscients des besoins importants et permanents en fournitures de bureau des entreprises et professionnel

4. Description de cible

La population cible de notre entreprise bureautique sont nombreux car dans ce temps moderne la technologie a évolué dans le domaine bureautique et informatique donc la population cible sont :

- ✓ les entreprises petites et moyennes (PME)
- ✓ les électroniques
- ✓ les cyber cafés
- ✓ Homme/Femme affaires
- ✓ les étudiants
- ✓ les élevés
- ✓ les enfants

Pour cette raison les personnes physiques ou morales ont besoin de matériel bureautique et informatique,

5. Description de l'avantage concurrentielle

Un avantage concurrentiel ou compétitif est tout ce qui permet de surpasser ses concurrents et aussi identifier vos force, vos faiblesse pour anticiper des menaces qui pèsent sure votre marche. C'est une pouvoir en tirer une meilleur position sur le marche. Cela signifie qu'elle est en tête dans la compétition qu'elle mène contre les autres entreprises concurrentes

Chacun veut dépasser les autres dans l'optique de réaliser un profit. La concurrence pourra vous affecter positivement et négativement. Donc pour cette raison il y a des aspects quand peut avoir d'avantage concurrentiel comme suit

- ✓ Domination par le coût
- ✓ Marques
- ✓ Proposition d'une offre
- ✓ Faire une promotion et aussi réduction surtout les clients fidèles.
- ✓ L'accueil et ainsi que l'attraction

6. Description du porteur de projet

Les porteurs du projet

Dans l'optique de réaliser la création d'entreprise, on a créé un groupe composé de camarades de classe avec des personnalités toutes aussi différentes les uns que les autres mais avec le même objectif à savoir faire de notre mieux dans ce projet. Voici nos profils :

Profil du porteur : Ayoub Houssein Dirieh

Je m'appelle **Ayoub Houssein Dirieh**, je suis un étudiant à l'Université de Djibouti en DUT2 GEA FC . Personnellement, j'ai un grand intérêt dans le domaine de l'entrepreneuriat dans la mesure où il vous soustrait la subordination d'une hiérarchie. En effet, j'ai participé des événements variés « la chaîne d'inscription de l'université de Djibouti » et actuellement je suis un monsieur d'une cour de soutien privée, Tout cela m'a permis de requies une expérience enrichissante. Pour ce qui me motive que je deviens un entrepreneur consiste que j'aime être indépendant et monter ma propre entreprise et devenir un patron d'une part, d'autre part de profiter de la croissance économique que notre pays a connus dans ces derniers années. En ce qui concerne le pouvoir, j'aime beaucoup diriger les groupes de travail, mais pas d'une façon arbitraire et monopolisée

Enfin, je présente une bonne aptitude en matière de communication et d'organisation auquel je pu développer pendant mon cursus universitaire et dans ma vie de tous les jours.

Profil du porteur : Awaleh Youssouf Miganeh

Je m'appelle AWALEH YOUSOUF MIGANEH. J'ai 20ans et je suis un étudiant en deuxième année à l'université de Djibouti en GEA (Gestion des Entreprises et des Administrations) option : Finance et comptabilité ; J'ai besoin d'accomplir des choses difficiles pour être satisfaite de moi, et je n'ai aucune expérience professionnelle et entrepreneuriale. La profession de mon père est un salarié et ma mère occupe le ménage Pour ce qui me motive que je deviens un entrepreneur consiste que j'aime être indépendant et faire mon propre entreprise d'une part et d'autre part de profite la croissance économie que notre pays a connus dans ses dernier décennie En ce qui concerne l'aptitude (confiance en soi), j'exprime toujours mes opinions avec des assurances. Le fait d'exprimer une opinion est une confiance en soi et une motivation. A propos de l'énergie, je peux dire que je toujours travaille très fort.

Et enfin Pour atteindre mes objectifs, j'adopte un comportement adéquat avec mes partenaires. J'ai un talent de motivateur

Profile du porteur : Bilane Saïd Djama

Ceci consisté l'exposition du porteur de profile. D'abord je me présente à mon propre nom Bilan Saïd Djama, je suis âgé 23ans .Je suis une étudiants de l'université de Djibouti a un niveau de Bac+2 spécialement sur le domaine financier comptables. Je n'exprime aucune expérience professionnelle. Mon père est salaire alors que ma mère est une femme d'un foyer. Selon mes accomplissements, Je préfère fixer mes objectifs. En ce qui concerne le pouvoir, j'aime beaucoup dirigée les groupes de travail mais pas d'une façon arbitraire et monopolise. Ensuite en ce que consisté mes aptitude, Je désigne que j'ai toujours une confiance d'être à la hauteur de ma tâche. Je vous infirmé que je peux dire que je toujours travailler très fort en raison d'approuvé mon talent. Ainsi, j'avoue que j'ai en talent motivateur. Enfin, j'incite que c'est à partie des résultats obtenu que j'évalué si je progresse ou non. Ainsi je ne jamais choqué mes paroles à une personne puisque j'évite à tout moment de blesser les gens par parole mais plutôt je préfère de leur séduire.

Profile du porteur : Bilane Liban Houssein

d'abord je présente mon porteur pour débiter ce projets je m'appelle Bilane Liban Houssein je suis une jeune demoiselle de 20 ans j'ai un diplôme bac+2 en gestion d'entreprise administration je pas des expériences professionnelle mais actuellement je suis une porteuses de projet de création d'entreprise en ce qui concerne la confiance en soi j'exprime toujours mes opinion avec des argument convaincant .à propos de l'énergie je suis toujours motive en cas de tolérance de stress je m'adopter facilement aux changement important Certes, il y'a des obstacles à rencontrer, mais derrière tout cela, c'est ma motivation, ma capacité de travail et ma confiance en soi qui sont plus grands que tous les problèmes. C'est-à-dire que quand j'entreprends un projet personnel, même s'il est difficile, je vais toujours jusqu'au bout. Par ailleurs, j'ai toujours aimé d'imaginer et fabriquer toute sorte de chose.

Profil du porteur : AYANLE DAOUD NOUR

Je m'appelle AYANLE DAOUD NOUR, j'ai 25 ans. Actuellement, je suis un étudiant qui fait ses études à l'université Djibouti en DUT2-GEA (OPTION FC), ma spécialité lors de mon étude est en FINANCE ET COMPTABILITE je n'ai aucune expérience dans le domaine de l'entrepreneuriat puisque c'est ma première fois que je réalise un projet pareil. De même je n'ai pas encore acquis des expériences au niveau professionnel, car je n'ai pas faite un stage, ni exercé un emploi. Mes parents n'ont pas eu la chance de connaître ou de travailler dans des entreprises, mon père est salarié et ma mère n'a aucune fonction.

Notre domaine et de mener à terme exigeant pour être satisfait. J'aime être autonome puisque je veux faire les choses à ma façon sans se préoccupe de ce que pense les autres de moi. Cependant, dans l'avenir, je veux créer ma propre boîte dans laquelle je serais le seul patron pour prendre la décision qui me va bien sans aucun autre avis.

7. Atouts et freins du projet

ATOUTS

Les motivations pour la création de notre société bureautique sont basées sur le Désir, l'envie et la passion de ce métier qui est tellement important pour la vie quotidienne de djiboutien. Cette volonté de création d'une société bureautique est né à partir de notre Désir être indépendant des autres et de pouvoir exprimer notre savoir-faire contrairement à nos concurrents qui se comptent juste de réaliser un bénéfice

Les freins :

On peut dire que notre idée répond à une opportunité mais présente des contraintes également. Les freins que nous pouvons identifier au lancement et au développement de notre activité peuvent être la durée considérable de la réalisation des papiers administratifs, les recherches des fonds, la mise en accords sur la répartition des investissements, la demande de financement auprès de la banque djiboutien. Car Tout d'abord, notre domaine bureautique existe dans le marché djiboutien. Tous ces éléments nécessiteront de lourds investissements alors 5 que notre capacité financière est **insuffisante**

Pour la réalisation de ce projet, nous sommes tous d'accord pour dire que l'ouverture d'une entreprise bureautique demande beaucoup de compétence, de gestion financière et gestion du personnel (RH), et de déploiement de stratégie pour se positionnée comme leader de ce marché. Par ailleurs, autre observation est que les impôts et les rémunérations du personnel peuvent représenter des charges fixes lourdes et le coaching de notre personnel qui sera un cout pour notre entreprise. Les impôts étant très élevé à Djibouti, et sachant que la population Djiboutienne n'est pas qualifié pour ce secteur, tout ceci peuvent-être un frein à la réalisation de notre projet. Aussi y a la concurrence sur le marché qui est un obstacle devant notre but qui est de devenir le leader sur le marché. Enfin il nous faut un bon nombre des clientèles dans le marché local.

8. Historique de l'idée

Dans des contextes uniques comme la création d'entreprise, il faut croire qu'il existe un ou plusieurs aspect déclencheur a l'inventeur de s'orienter vers la concrétisation de son idée. En ce qui nous concerne voici les raisons principales :

Raison : La raison qui nous a encouragé de poursuivre l'idée du projet de création d'une « société bureautique » à Djibouti est d'abord le faite qu'il existe des entreprise spécialisé dans ce secteur à Djibouti, puis ensuite c'est une façon d'évoluer la tendance psychologique de la population afin de déterminer la besoin quotidien dans notre communauté.

Motivations : Nous somme motiver car nous somme certain que la création d'une société de décoration de mariage est un projet porteur économiquement du faite que la majeure partis de la population souhaite se marié très jeunes. Ainsi nous somme conscient que le projet va réussir.

9. Les objectifs à long terme

Tout d'abord, l'objectif à long terme permettra également dans des conditions appropriés, favoriser et améliorer la consommation du nos matériel pour la population djiboutienne. On à fait fixer et de communiquer des objectifs a long terme de nos bureautique ce qui permet de définir des buts communs, ensuit on aura une filiale dans le différents région pour améliore nos situation et avoir une part de marche et gagnes la confiance des nos clientèle Ces objectifs vont permettre a l'entreprise d'aboutir un changement positive et concret qui assura la pérennité de l'entreprise. Voici quelques objectifs essentiels qu'on va prendre en considération dans 10 ans :

- ❖ Devenir le leader de notre marché.
- ❖ Atteindre une part de marché sur le territoire de Djibouti.

II. Analyse stratégique du marché

1. Analyse du secteur

Il existe trois grands secteurs économiques à savoirs :

- ✚ **Secteur primaire** regroupe l'ensemble des activités et agents économique exerçant directement dans l'exploitation, la production et de distribution de matières auprès de particuliers ou de professionnels. Dit autrement, le secteur primaire inclut l'agriculture, l'extraction minière.
- ✚ **Le secteur secondaire** rassemble l'ensemble des actions et opérations de type industriel, en rapport avec transformation des matières premières en produits finis ou semi-finis dont l'usine ou la manufacture symbolise son existence. On parle aussi d'industrie manufacture pour designer cette filière importante de l'économie.
- ✚ **secteur tertiaire**, il réunit l'ensemble des activités et des agents économique qui ont exclus des secteurs primaires et secondaires dont la symbolique est représentée par les entreprises service ou le commerce de détail.

Mon secteur d'activité est tertiaire.

Répartition sectoriel du secteur privé en 2015

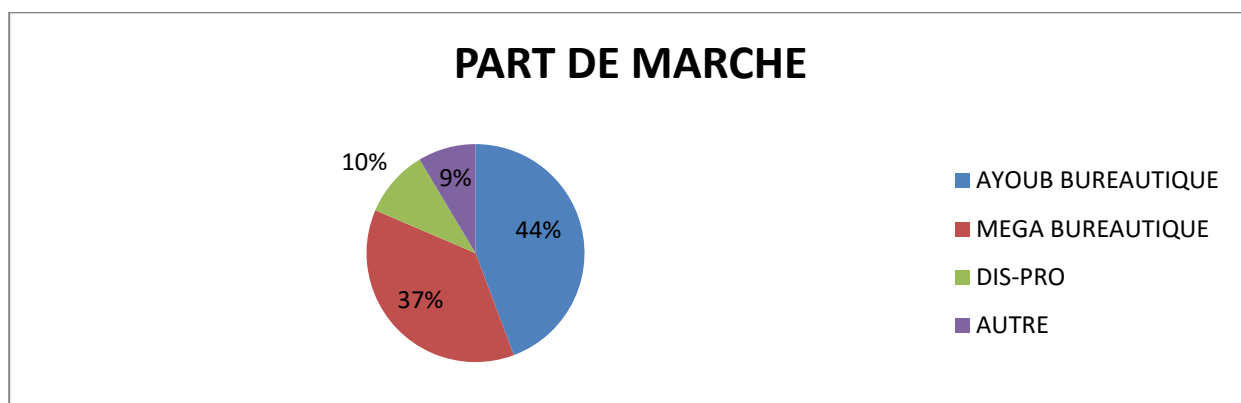
Répartition par secteurs 2015	Nombre	En pourcentage
Agriculture	7	0,2%
Industrie	34	1,1%
Construction	673	21,1%
Tertiaire	2472	77,6%
Total	3180	100%

Nombre des entreprises dans secteur tertiaire est de 2472 entreprise avec un taux 77.6% cela nous montrons que le secteur est rentable.

Entreprises dans secteur tertiaire est de 2472 entreprise avec un taux 77.6% cela nous montrons que le secteur est rentable.

Notre entreprise est spécialisée dans le secteur tertiaire. Nous avons choisi ce secteur parce que c'est un secteur qui se porte bien, contrairement aux produits bureautique qui se vendent de moins en moins, le secteur du textile reste stable. À Djibouti, l'utilisation de matériel informatique évolue d'année en année.

B. Analyse de la rentabilité du secteur



C. Analyse de l'environnement

D. SWOT

L'analyse ou matrice SWOT est une méthode ou outil d'analyse stratégique de l'entreprise pouvant être utilisé dans le domaine du marketing pour une entreprise ou un produit. SWOT constitue les initiales pour :

- Strengths (Forces)
- Weaknesses (Faiblesses)
- Opportunité (Opportunités)
- Threats (Menaces)

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none">• Positionnement stratégique• Cout Fixe bas• Maitrise d'une technologie• Domination par le coût• Marques• Proposition d'une offre• Faire une promotion et aussi réduction surtout les clients fidèles.• L'accueil et ainsi que l'attraction	<ul style="list-style-type: none">• Faible de capacités financière• Faible de notoriété, image de marque• Nouveau dans le secteur• Manque d'expertise• déséquilibre de portefeuille de produit• Grande dépendance de fournisseur• base de client réduit• Système informatique• taux de rotation de personnel élevé
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none">• Marche en croissance• Nouvelle Technologie• Capacité D'innovation• Règlementation Favorable	<ul style="list-style-type: none">• Des concurrents directs et élargie• Nouveaux entrant• Nos concurrents offrent les mêmes produits que nous.• activité économique faible• Vol et problème de sécurité

E. PESTEL

L'analyse **PESTEL** permet de surveiller les risques et les opportunités que pourraient rencontrer l'entreprise et son marché. La particularité de cette matrice est sa vision globale de l'environnement.

POLITIQUE :

- ✓ La politique de ce marché est assez faible puisque dans le PIB de 2015 elle était de 7%, c'est un secteur d'activité en maturité mais ne présentant aucune barrière de contrainte pour s'installer et exercer la profession.

ECONOMIQUE :

- ✓ Djibouti à retrouver une dynamique économique positive avec un **PIB** de 7% qui a permis que le commerce se progresse. Et avec les créations des entreprises détient une proposition d'offre d'emploi suite d'une diminution de chômage à Djibouti.

SOCIALE :

- ✓ Socialement nous remarquons qu'un tel projet est bénéfique de plus il est accepté. Puisque la population de Djibouti sont majoritairement ménager nous écouleront facilement notre produit. car ce produit est souvent utilisé dans la vie quotidienne.

TECHNOLOGIQUE :

- ✓ il y'a plusieurs innovations dans ce secteur, car le domaine bureautique évolue la technologie c'est-à-dire nous répondons des besoins quotidiens pour la vie des entreprises et autres. c'est pour ça que nous avons choisi de nous implanter afin de gagner une part de marché

ECOLOGIQUE :

- ✓ Nous utiliserons des matériels respectueux envers la nature et ne présentant aucun danger pour l'environnement (bio recyclable, bio dégradable).

LEGALE :

- ✓ Nous nous acquitterons des impôts et du paiement de notre locale bureautique.

2. ANALYSE DU MARCHE

A. OFFRE.

On peut définir l'offre comme étant la quantité de produits ou de services disponibles, qui sont prêt à être vendus.

L'analyse de l'offre peut se décomposer en **trois** éléments à savoir :

- ✓ les concurrents et leur analyse de force et faiblesse
- ✓ les 5 forces de porters

B. DESCRIPTION DES CONCURENTS

Elle se compose de l'ensemble des acteurs déjà actifs. On doit tout d'abord collecter le nombre des concurrents et leurs parts de marché respectives. Cela nous permettra de mesurer le poids des différents intervenants sur le marché Il est impératif de collecter les informations suivantes concernant les concurrents présents sur le marché:

- ✓ Gamme actuelle
- ✓ Politique tarifaire
- ✓ Moyens de communication utilisés et messages véhiculés
- ✓ Politique de distribution

Nos principaux concurrents sont nombreux dans la marche Djiboutien à savoir :

- ✓ MEGA BUREAUTIQUE
- ✓ DIS PRO
- ✓ DIGITECH SARL
- ✓ BCB INFO SERVICES

B. ANALYSES DES FORCES ET FAIBLESSE

<div>TYPE</div> <div>CONCURENT</div>	Type	Force	Faiblesse
Méga Bureautique	DIRECT	Cette entreprise joue sur le politique de prix car elle fait de réduction commerciale et financière et aussi elle est ancien dans le marche	Mais par contre elle ne fait de publicité
Dis-Pro SARL	DIRECT	Cette entreprise elle est sous la marque internationale (Marill) car c'est un avantage qu'elle dispose	Mais par contre elle ne dispose pas assez client
DIGITECH SARL	DIRECT	L'expérience qu'elle vente de produit, produit de qualité, Fidélisation des clients.	Mais par contre elle ne fait de publicité
BCB SERVICES INFO	DIRECT	Ancienneté	Mais par contre elle ne fait de publicité
LOGICOM S.A.R.L	DIRECT	Société fait un service après-vente, ainsi que la livraison et installation, commande à la demande.	Elle a une difficulté d'avoir préservé et conserve les clients, le marché n'écoulé pas rapidement sur le marché.
ARTA ELECTRONIQUE	DIRECT	Arta électronique a une ancienneté de 10 ans sur le marché, ainsi que c'est le leader de marche national.	Manque de l'accompagnement de point de vue

a. 5 FORCES DES PORTER

Les cinq **forces de Porter** permettent d'évaluer la concurrence sur un marché, grâce à l'analyse de différents éléments : l'intensité concurrentielle, le pouvoir de négociation des clients, celui des fournisseurs, la menace des produits de substitution et celle de nouveaux entrants

- ✓ **Intensité concurrentiel** : Nous concevons la concurrence comme l'opposition qui s'observe sur un marché au sein d'un ensemble d'offres qui visent les mêmes clients. donc **4/5**, la concurrence est rude, car beaucoup des entreprises se trouvent dans le pays.
- ✓ **Produit substituables** : nous essayerons de répondre aux besoins tertiaires des clients mais notre entreprise ne peut pas contenir tous les services que désire nos clients, donc nous avons à faire attention aux hôtels qui ont la capacité parce-que cela peut nous être défavorable. c'est un niveau assez fort puisque les produits qui pourraient substituer notre service sont le matériel bureautique
- ✓ **Les clients et leur pouvoir de négociation** : peut-être que des concurrents se trouvent un peu partout, mais nous aurons quand même nos propres clients, donc on constate que leur pouvoir ne serait pas très élevé. mais on doit attirer notre cher client par de promotion tel que de cadeaux Le pouvoir de négociation des clients sont fort car il existe des magasins qui fournit, la même activité que moi sur le marché d'où les clients peuvent négocies.
- ✓ **Les fournisseurs et leur pouvoir de négociation** : Déjà notre entreprise possède de fournisseur connu Donc, on conclut que le pouvoir dirigé notre fournisseur seront difficile a négocié car il possède plus de client par rapport à nous. il nous livre aussi de produit de qualité
- ✓ **Les nouveaux entrants** : Des nouveaux concurrents peuvent s'installer, le marché se trouve déjà presque saturé, donc la chance peut-être faible. la menace est faible car ce secteur est minoritaire les autres secteurs d'activité composant le Tertiaire l'emporte (Télécommunication, électricité).

D. DEMANDE

La description de notre marché cible est les Djiboutiens, plus précisément nos 3 types de catégories qui sont : **les entreprise public, privée, et les instituts privée, les étudiants, les hommes affaires**

Estimation du nombre des clients potentiels

La population totale de Djibouti est 1 048 999 habitants. Puisque notre siège sera en Centre-ville, nous allons retrancher la population des districts, Ali-Sabieh (102 618), Dikhil (104 977), Tadjourah (102 329), Obock (44 678) et Arta (50 017). Ce qui nous reste est 644 380 habitants à Djibouti-ville.

Ensuite, Notre clientèle potentielle. Pour les entreprises publiques qui aimerais avoir des matériels informatique, nous lui proposant nos service représente 50% de notre clientèle cible et Les instituts privée et les entreprises privée représente 30% de notre clientèle cible.

Enfin, pour les étudiants, les élevés, les hommes affaires ont leurs des fournitures scolaires donc représente 20% de notre population cible







III. Marketing Mix

Marketing Mix l'ensemble des décisions de marketing prises par l'entreprise, à un moment donné, sur un produit ou sur l'ensemble de sa gamme, pour influencer et satisfaire sa clientèle. Ces décisions concernent d'obtenir le mix-marketing le plus cohérent possible.

1. Produit ou service

La politique du produit appelée aussi stratégie du produit désigne l'activité de définition, d'adaptation, de spécification, de différenciation, et plus généralement de tarification des biens ou services au sens le plus large possible des courants composants l'offre d'une entreprise.

✚ La description du produit :

Nom de produit	Type de produit	PRIX
Écran Samsung plat		70 000 FDJ
Réfrigérateur		100 000 FDJ
Multi cuisiner		35 000 FDJ
Lave-linge		70 000 FDJ
Congélateur		30 000 FDJ
Climatiseur		150 000 FDJ

❖ Installation et maintenance

Donc la stratégie la plus efficace pour devancer la concurrence serait une stratégie d'innovation, basée sur la qualité des services offerts, afin de mieux satisfaire les clients et d'anticiper leurs besoins. Ainsi, la spécifié de nos services qui est à la base de notre innovation peut apparaitre clairement dans la caractéristique suivante :

- ❖ La qualité
- ❖ La proximité

2. Politique prix

Puisque notre produit est relativement semblable à celui de nos concurrents, j'utiliserais une stratégie d'alignement. Ce dernier me permet d'éviter la guerre des prix

Ainsi je fixerais le prix de vente à partir de 3 facteurs à savoir :

Les coûts : le prix de vente doit permettre de couvrir les coûts et d'assurer à l'entreprise une marge de rentabilité.

La demande : le prix doit être en cohérence avec les attentes des consommateurs en termes de prix et également de qualité de marque.

La concurrence : le prix doit permettre de positionner l'offre par rapport à celles de ses concurrents.

Le tranche que nous fixant (**50 Franc pour le stylo et 250000 pour la photocopies**)

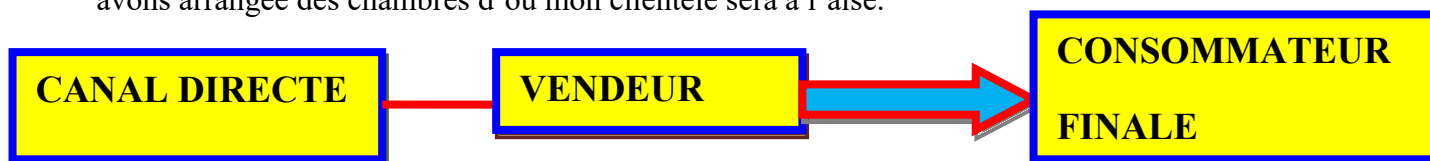
3. Politique de communication

Communiquer c'est émettre des informations dans le but d'obtenir de la part des récepteurs une réponse/modification de leurs comportements ou de leurs attitudes. La politique de communication entendue au sens large dans le cadre du marketing mix regroupe principalement les actions de publicité, de marketing direct et de promotion des ventes. Les récepteurs peuvent être externes ou internes à **l'entreprise**. Pour ça il existe deux types de communication à savoir ;

- Communication de médias : La communication média regroupe l'ensemble des actions de communication publicitaires entreprises sur les 5 grands médias publicitaires qui sont :
 - la télévision
 - la presse
 - l'affichage
 - la radio
 - Internet

4. Politique distribution

La distribution est le 4^{ème} élément du marketing mix, car c'est un mécanisme à travers lequel les biens et services sont déplacés du fabricant aux consommateurs finals. Alors nos services sont situés dans un milieu où il y a beaucoup des services de travail et des expositions pour cela nous avons arrangé des chambres d'où mon clientèle sera à l'aise.



Le canal de distribution auquel nous allons avoir recours est le **CANAL DIRECT** parce que nous vendons un service commerciale et nous avons aucun intermédiaire puisque le client vient vers nous pour avoir recours à nos services (B to C)

IV. BUSSNESS MODEL

Cet outil sert donc à aider les manager à expliciter le business model de leur société. Est particulièrement intéressant pour aider une organisation à formaliser précisément et à communiquer sur son business modèle

Le Business Modèle Canvas est une matrice visuelle (canvas) constituée de 9 blocs à savoir :

- ✚ Partenaires clés
- ✚ Activités clés
- ✚ Offre
- ✚ Relation client
- ✚ Segments de clientèle
- ✚ Ressources clés
- ✚ Canaux de distribution
- ✚ Structure des coûts
- ✚ Sources de revenus

Partenaires clés <ul style="list-style-type: none"> ✚ RETIF ET LDLC ✚ L'État (paiement de la patente et l'IBP) ✚ Les fournisseurs (énergies) sont : EDD ONEAD DJIBOUTI-TELECOM ✚ La banque que j'emprunte Saba Africa Bank 	Activités clés <ul style="list-style-type: none"> ✚ Commercialisation des matériels informatiques ✚ Distribution Ressources clés <ul style="list-style-type: none"> ✚ Humaines ✚ Financières ✚ Matérielles 	Offre (proposition de valeur) <ul style="list-style-type: none"> ✚ vend des matériels informatique et bureautique de qualité ✚ prix acceptable ✚ personnalisation ✚ L'installation et maintenance (service après-vente) Possibilité de livraison	Relation client <ul style="list-style-type: none"> ✚ Assistance personnelle ✚ libre-service Canaux de distribution <ul style="list-style-type: none"> ✚ Direct 	Segments de clientèle <ul style="list-style-type: none"> ✚ B to c ✚ Marche diversifié
Structure des coûts <ul style="list-style-type: none"> ✚ Charges fixes (loyers et salaires) ✚ Charges variables (énergies, carburants) 		Sources de revenus <ul style="list-style-type: none"> ✚ Revenus ponctuels ✚ Les revenus récurrents ✚ Vente d'actifs 		

LES EXPLICATION DE BUSSNESS MODELE

Partenaires clés

Partenaire clés par définition est le réseau clés grâce auxquels le modèle économique fonctionne

Donc, notre Partenaire clés est **Rétif et LDLC** (nos fournisseurs) Ils sont des fournisseurs français moins cher par rapport aux autres fournisseurs, plus il nous propose de prix acceptable et de promotion, alors ce pour cette raison qu'on a choisis ces deux fournisseur français et les fournisseurs d'énergie à savoir l'EDD, ONEAD, DJIBOUTI-TELECOM et enfin nos principale banque est SABA AFRICA BANK.

Activités clés

Activités clés par définition est Les choses les plus importantes qu'une organisation doit faire pour que son modèle économique fonctionne

Donc, notre Activités clés est une activité commerciale c'est-à-dire j'acheté de matériel informatique et bureautique avec des prix acceptable chez nos clientèles et enfin le service après la vente que nous offre comme l'installation et le réparation des matériels vendue.

Ressources clés

Ressources clés par définition est Les actifs les plus importants requis pour faire fonctionner le modèle économique de l'organisation (matériel, humains, financiers)

Donc, notre Ressources clés sont trois dépendant l'un a l'autre à savoir :

✓ **Ressources Humain**

Ce les personnes physique qui travaille dans l'entreprise Ayoub bureautique

✓ **Ressources Matériel**

Ce l'ensemble de matériel que l'entreprise Ayoub bureautique travaille comme le matériel de bureau, fourniture de bureau et les équipements quelle dispose pour le fonctionnement de l'activité tel que le photocopies, imprimantes, caméra de surveillance.

✓ **Ressources Financière**

Ce l'ensemble de dette et de créance que l'entreprise dispose

Offre (proposition de valeur)

L'offre est la proposition commerciales qu'un vendeur fait à un client ou qu'une entreprise lance sur un marché ou à un ensemble des clients.

Donc, Nous offrons une large gamme de produit surtout innovant, des produits qui témoignent d'une nouveauté sur le marché est déjà connu. Car nous proposons de matériel informatique et on n'a choisi les types de propositions de valeur comme:

PRIX on doit proposer de prix bas à nos clientèles

Personnalisation on doit fidélisera notre clientèle par de promotion.

Relation client

Les types de relations établis avec chaque segment de clientèle en fonction des objectifs stratégiques : acquérir, fidéliser, réaliser des ventes supplémentaires (Assistance personnelle, self-service, services automatisés, communautés, Co-crédation)

Donc, pour établir une relation cohérente on n'a choisi l'assistance personnelle et le libre-service car pour **l'assistance personnelle** est plutôt une idée assez originale vue que nous assistons personnellement le client en lui conseillant, le guidant et le satisfaisant et aussi est un agent capable qui peut effectuer des tâches ou des services pour un individu. **Libre-service** c'est-à-dire où l'on se sert soi-même.

Canaux de distribution

Canaux de distribution par définition est la matérialisation du chemin suivi par un bien de son producteur au consommateur

Donc, notre cas on utilise canal de distribution direct c'est-à-dire un mode de vente direct entre le producteur et le consommateur.

Segments de clientèle

Segments de clientèle par définition est les différents groupes d'individus ou d'organisations que cible une entreprise (marchés de masse, de niche, segmentés, diversifiés, multilatéraux)

Donc, notre entreprise cible le marché diversifié

Structure des coûts

La structure de coûts décrit tous les frais engagés par la réalisation du business model et les différents types de coûts inhérents au modèle économique.

Donc, pour notre réalisation on a opté deux coûts :

Coût fixe (loyers et salaires)

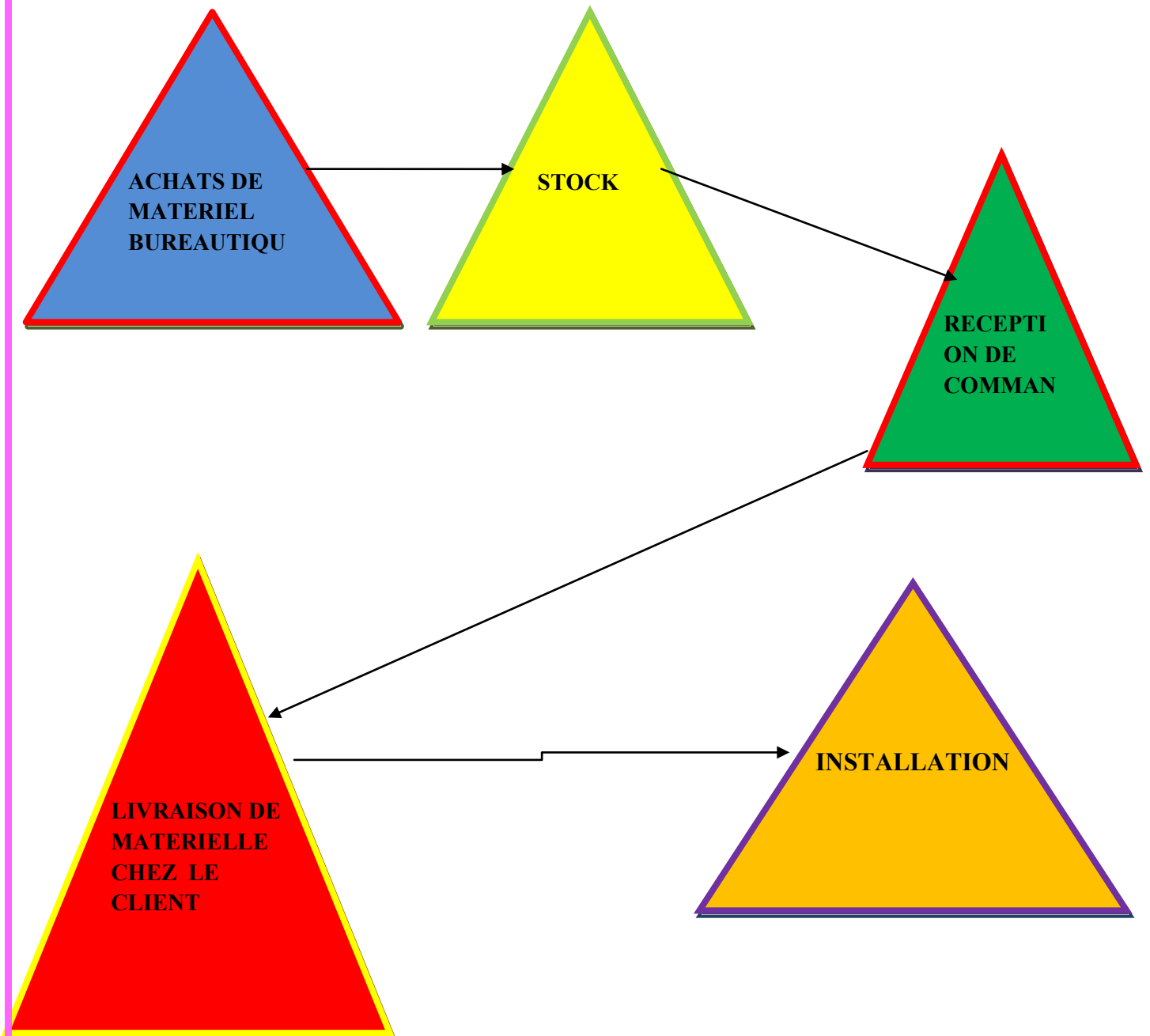
Coût variables (énergies, carburants)

Sources de revenus

Donc, on tient compte les deux types de Sources de revenus car pour ce pour fidéliser notre cher clients.

V. PLAN D'ORGANISATION ET DE PRODUCTION

1. PROCESSUS DE PRODUCTION



2. APPROVISIONNEMENT

La recherche d'un fournisseur est pour toute entreprise une démarche primordiale. Les fournisseurs retenus dépendront en effet la qualité des produits ; leur disponibilité et l'image de l'entreprise.

Dans le cadre de mon entreprise l'approvisionnement se fera à partir de nos fournisseurs qui sont les vendeurs de bureau . Notre entreprise commercialise des matériels bureautique .tout d'abord on importe nos matériaux tout en utilisant le mode de transport maritime car il est plus sécurisé en fait. De que les matériaux seront là on les stocke jusqu' avoir des commandes. Après avoir des commandes, on essaie de m'a livré avec la manière dont le client choisi(en ligne, à domicile, boutique) on utilise enfin pour la distribution le mode routière pour la livraison des productions et enfin notre fournisseur sont (**RETIF ET LDLC**) et se trouve dans le continent européen plus précisément **dans l'union européenne (France)** car ils sont moins cher par rapport les autres fournisseurs qui distribue même produit que eux

3. RESOURCES TECHNIQUE

Les moyens matériels avant même de pouvoir lancer notre activité, il faut donc cerner tous les moyens matériels dont nous allons besoin, qu'ils soient nécessaires au démarrage ou en cours d'année

Nom d'élément	Description
Climatiseur	Sert à rafraîchir car à Djibouti il fait grave chaud
Des ordinateurs	Pour enregistrer les opérations d'achat et vente
Les camions	Pour la livraison des marchandises
La caméra de surveillance	permet de sécuriser à l'intérieur et l'extérieure de l'entreprise

Voilà un exemple d'une salle d'accueil ou la réceptionniste réservera nos clients.

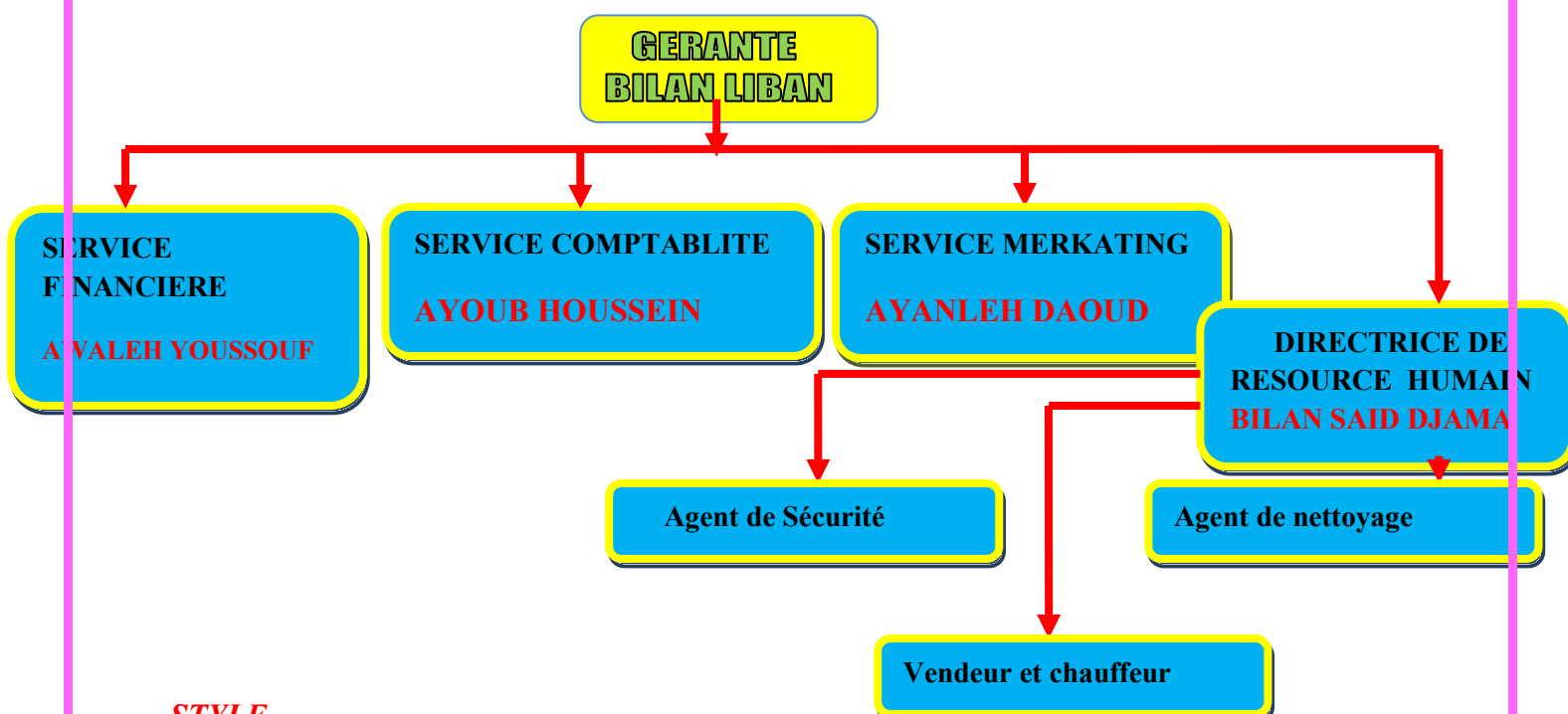


4. RESSOURCES HUMAIN

Le capital humain est l'ensemble des aptitudes, talents, qualifications, expériences accumulés par un individu et qui déterminent en partie sa capacité à travailler ou à produire pour lui-même.

Fonction	Nombre de personnes
Gerante	1
Directeur financiere	1
Chef comptable	1
Directrice de resource humain	1
Chef de departement mercating	1
Vendeur	4
Chauffeur	2
Agent de nettoyage	2
Agent de sécurité	2

5. ORGANNIGRAMM ET STYLE DE MANAGEMENT




STYLE

Nous avons choisi un style de management de type participatif, du faite que nous ferons entièrement confiance à nos employés car nous jugeons qu'après les avoir coachent ils sont capable de prendre en photo nos clients et de s'impliquer dans leur travail car nous leurs laissons une marge de décision pour pouvoir se sentir accepter et écouter notre objectif premier est de former une seule et même équipe pour faire de notre entreprise

6. IMPLANTATION

Comme, j'avais dit dans la partie précédente de marketing mix que je veux s'implanter dans un lieu où la densité de la population est assez forte, alors je décidé de s'implanter au **Centre-Ville**. Parce que, je sais que c'est une place très fréquente par la population Djiboutien et aussi plus proche de notre fournisseur

VI. PARTIE JURIDIQUE

Denomination	Ayoub Bureautique
Logo	
Slogan	TOUT LE BUREAU EN MIEUX
Adresse	Centre-ville (place Mahamoud Harbi)
Téléphone	77 37 30 32
Email	Ayoubbureautiquesarl@hotmail.com
Forme Juridique	SARL (société à responsabilité limitée)
Tranche Effective	14 Salarie
Capital social	6 000 000 FDJ
Concurrence	Méga bureautique, Dis-pro
Domaine D'Activité	Secteur tertiaire
Date de creation	01/01/2020
Gérante de la société	Bilan Liban Houssein

Notre choix est le SARL qui présente beaucoup d'avantage tel que :

- la SARL offre un cadre juridique sécurisant à ses associés.
- la SARL offre la possibilité d'utiliser le statut de conjoint collaborateur
- **Un capital librement fixé et libérable.** Le montant du capital social est librement fixé par les associés en fonction de la taille, de l'activité, et des besoins en capitaux de la société
- **Une option pour l' (impôt sur le revenu)**
- La présence d'un commissaire au compte ne pas exigé

Enfin nous allons vous présenter notre entreprise qui est en accord avec l'image qu'on veut donner de nous à nos clients (image professionnel, savoir-faire, expertise).



VII. CONCLUSION

Finalement la mise en œuvre de ce projet m'a permis de prendre en compte toute la facette d'une organisation de travail collective. L'idée de création d'une entreprise bureautique existait à Djibouti ce qui fait que je veux une innovation en rajoutant quelque nouveauté.

L'idée de création d'un magasin électronique existait à Djibouti ce qui fait que je veux une innovation en rajoutant quelque nouveauté. C'est un projet innovant et surtout réalisable à Djibouti.

D'abord, nous avons pu voir les différentes étapes de création d'entreprise. D'où qui sont des étapes essentielles lors de la réalisation d'un projet de création d'entreprise. En effet, nous avons pu passer premièrement la description de la thématique générale du projet qui est la création d'une entreprise qui commercialise le matériel bureautique et informatique.

Ensuite, dans un second, nous avons pu étudier et analyser le secteur d'activité de notre contexte d'idée, et par la suite nous avons fait une étude du marché sur l'offre et la demande. Ensuite, nous avons déterminé le marketing mixte de notre projet.

Enfin, Dans une autre part, nous avons pu voir l'ensemble du plan organisationnel et du management, puis nous avons en évidence le choix juridique de notre projet.

Toutefois, ce projet a été pour moi une opportunité pour développer certaines notions et enrichir ma connaissance universitaire acquise au cours de ma formation universitaire.

Ce dossier nous a permis efficacement de comprendre le fonctionnement global, et les étapes de création d'un modèle économique qui est sans doute l'entreprise dans la république de Djibouti.