

Consignes pour l'établissement du projet de Création d'entreprise

1. Présentation de l'équipe :

- a. Prénom Nom (de chaque membre, indiquer qui est le dirigeant)
- b. Situation précédant la création d'entreprise
- c. Joindre le CV simplifié (des membres de l'équipe)
- d. Statut dans la future entreprise (associé, associé/salarié, salarié)

2. Fiche entreprise :

- a. Nom de l'entreprise, slogan, logo
- b. Forme juridique (SARL, SAS, EURL, etc.)
- c. Montant du capital
- d. Nombre de salariés au moment du démarrage

3. Description synthétique du projet en 3 lignes (en quoi consiste le projet)

- a. Ajouter : le rôle des membres de l'équipe
- b. : pourquoi avoir choisi ce type d'activité

4. Présentation des produits ou des services proposés :

- a. En faire la description succincte
- b. A quels besoins répondent-ils
- c. Quelle sera leur place dans l'environnement économique et social

5. Marché :

- a. Décrire rapidement l'évolution du marché depuis 3 ans
- b. Quelle sera la tendance du marché dans les 3 prochaines années
- c. Le projet est-il soumis à des réglementations spécifiques, les citer
- d. Qui sont les concurrents directs/indirects (donner leur nom et localisation, leur activité, leur zone de chalandise, leur chiffre d'affaires)
- e. Quelle valeur ajoutée apportez-vous par rapport aux concurrents (mode de différenciation, par exemple)
- f. Qui sont vos clients (ceux qui paient) et/ou les utilisateurs du produit ou du service (clientèle visée, zone géographique, type de clientèle)
- g. Qui sont vos fournisseurs (matières premières, matériels...) et quelles conditions d'achat, de paiement vous font-ils

6. Moyens :

- a. Où est localisée votre entreprise (lieu, type de local : bureau, hangar de stockage....)
- b. Quels sont les moyens matériels à acquérir ou à louer, lors du démarrage (aménagement bureau, ordinateur, téléphone, voiture de service...)
- c. De quels moyens humains avez-vous besoin : salariés, apprentis, stagiaires... pour assurer quel type de mission dans l'entreprise
- d. Compléter le tableau du business model Canvas (cf. ci-après)

7. Stratégie :

- Méthode de calcul des prix des produits/services : PR -> PV -> marge
- Politique de communication (publicité, affichage, web...)
- Mode de distribution : vente directe, sous traitance, web...
- Comment allez-vous suivre vos clients (enquête de satisfaction, rencontres...)
- Présenter votre vision de l'entreprise à 3 ans

8. Financement

- Etablir le plan de financement prévisionnel

9. Besoins permanents	Ressources durables
<ul style="list-style-type: none"> 👉 <i>Eléments matériels</i> nécessaires au démarrage de l'activité, soit euros <ul style="list-style-type: none"> ● Brevet (s'il y a lieu), soit euros ● Caution (en cas de location par exemple), soiteuros ● Matériel de production, de transport, etc., soit....euros ● Aménagements du local de production/vente, soit...euros ● Mobilier, soit ...euros 👉 <i>Besoin en fonds de roulement</i> (BFR), soit.... euros 	<ul style="list-style-type: none"> 👉 <i>Capital</i> apporté par les associés (en cas de société),soiteuros 👉 Apports en nature (éventuellement), soit ...euros 👉 Comptes courants d'associés (s'il y a lieu), soit...euros 👉 <i>Emprunts</i>, soit... euros
Total	Total

Besoin en fonds de roulement : c'est le décalage de trésorerie entre les dépenses et les recettes qui constitue le BFR, qui comprend : le montant moyen du stock nécessaire à l'activité, le montant des encours moyen des créances clients, le montant des encours moyens des dettes fournisseurs.

- Eléments du compte de résultat prévisionnel

Chiffre d'affaires	Descriptif	Valeur
Marge	%	«
Charges	Descriptif	«
Bénéfice		«

Charges	Montant	Produits	Montant
Achat consommés de marchandises <ul style="list-style-type: none"> ● Variation des stocks Charges externes <ul style="list-style-type: none"> ● Eau, électricité, tel, internet, etc. ● Loyer ● Entretien ● Assurances 		Chiffre d'affaires Autres produits	

<ul style="list-style-type: none"> ● Honoraires ● Sous-traitance ● Communication ● Frais de transport ● Etc. <p>Charges de personnel</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Salaires ● Cotisations sociales <p>Impôts et taxes</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Contribution économique territoriale (CET) ● Taxe d'apprentissage ● Taxes foncières ● Autres (hors I.S.) <p>Dotations aux amortissements et aux provisions</p> <p>Autres charges</p>			
Résultat d'exploitation		Résultat d'exploitation	
<p>Charges financières</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Intérêts payés 		<p>Produits financiers</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Intérêts reçus ● Revenus de placements 	
Résultat financier		Résultat financier	
<p>Charges exceptionnelles</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Amendes ● Autres charges inattendues 		<p>Produits exceptionnels</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Plus-values ● Autres produits inattendus 	
Résultat exceptionnel		Résultat exceptionnel	
Total		Total	
Bénéfice		Perte	

10. Quelles seraient vos attentes par rapport à un suivi de la création d'entreprise

Bibliographie

The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

Key Partners <small>Who are our Key Partners? Which Key Resources are we acquiring from partners? Which Key Activities do partners perform?</small> <small>EXAMPLES</small> Distribution and assembly Reduction of risk and uncertainty Acquisition of particular resources and activities	Key Activities <small>What Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships?</small> <small>EXAMPLES</small> Production Problem Solving Performance	Value Propositions <small>What value do we deliver to the customer? Which one of our customer's problems are we helping to solve? What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment? Which Customer needs are we satisfying?</small> <small>EXAMPLES</small> Personalization Convenience Cost-effectiveness "Getting the job done" Speed Reliability Price Risk Reduction Accessibility Convenience/Usability	Customer Relationships <small>What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which ones have we established? How are they engaged with the rest of our business? How costly are they?</small> <small>EXAMPLES</small> Personal Assistance Self-Service Self-Service Automated Services Communities Co-creation	Customer Segments <small>For whom are we creating value? Who are our most important customers?</small> <small>EXAMPLES</small> Mass Market Niche Market High-Risk High-Risk Overlapped Multi-Sided Platform	Key Resources <small>What Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships?</small> <small>EXAMPLES</small> Physical Intellectual (brand patents, copyrights, ideas) Human Financial	Channels <small>Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? How are we reaching them now? How are our Channels integrated? Which ones work best? Which ones are most cost-efficient? How are we integrating them with customer routines?</small> <small>EXAMPLES</small> Direct Sales Indirect Sales A. Distribution B. Distribution C. Distribution D. Distribution E. Distribution F. Distribution G. Distribution H. Distribution I. Distribution J. Distribution K. Distribution L. Distribution M. Distribution N. Distribution O. Distribution P. Distribution Q. Distribution R. Distribution S. Distribution T. Distribution U. Distribution V. Distribution W. Distribution X. Distribution Y. Distribution Z. Distribution
Cost Structure <small>What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive?</small> <small>EXAMPLES</small> Fixed Costs (salaries, rent, utilities) Variable Costs (materials, production, shipping, advertising) Semi-variable Costs (marketing, research and development) Overhead Costs (rent, utilities, salaries) Variable Costs (materials, production, shipping, advertising) Semi-variable Costs (marketing, research and development) Overhead Costs (rent, utilities, salaries)			Revenue Streams <small>For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How are they currently paying? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?</small> <small>EXAMPLES</small> Asset sale Usage fee Subscription Fee Advertising Commission License Royalty Service Fee Transaction Fee Product Sale (physical) Product Sale (digital) Service Fee Transaction Fee Commission License Royalty Service Fee Transaction Fee Product Sale (physical) Product Sale (digital) Service Fee Transaction Fee Commission License Royalty Service Fee Transaction Fee			

DESIGNED BY: Business Model Foundry AG
 The makers of Business Model Generation and Strategyzer
 This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Strategyzer
strategyzer.com

Sources indicatives

- www.jecree.com ; www.apce.com
- www.grand-lille.cci.fr
- www.i_prives.eu (Business Angels)
- www.creativallee.com
- www.jinnove.com
- www.credoc.com (études stat. Éco.)
- www.entreprisescreation.com
- www.creer-gerer-entreprendre.fr
- www.fidealis.com (protection des documents, idées, modèles)
- www.infogrefe.fr (aspects juridiques)
- www.inpi.fr (dépôt de marque, de brevet)
- www.bpifrance.fr (garantie, projets innovants)
- www.reseau-entreprendre.org
- www.KissKissBankBank.com , www.Kickstarter.com , www.Ulule.com (crowdfunding)
- www.Jetrouvedesfondspropres.com
- www.societe.com
- www.lautoentrepreneur.com
- www.interdit-aux-hommes.net
- www.mompreneurs.fr

Création d'une entreprise (Powerpoint – 15 à 20 mn)

- Nom de l'entreprise (logo, slogan) nom des étudiants
- Présentation de l'équipe + fonction de chaque membre de l'équipe
- Description synthétique de l'entreprise : phrase métier + forme juridique, montant du capital
- Présentation des produits ou des services proposés, pour quels besoins ? pour quels clients ?
- Evolution du marché, état de la concurrence ou valeur ajoutée, fournisseurs
- Moyens humains, matériels, localisation de l'entreprise
- Stratégie commerciale, mode de communication et de distribution des produits ou services
- Financement : plan de financement prévisionnel, compte de résultat à 3 ans
- Perspectives de l'entreprise

Entretien avec un chef d'entreprise (Powerpoint – 15 mn)

- Nom de la personne interrogée + nom de l'entreprise + logo – noms des étudiants
- Son parcours personnel et professionnel
- D'où vient l'idée, comment l'a t'il (elle) développée, avec quels moyens
- Présentation de l'entreprise et de son fonctionnement (activités, salariés, CA, etc.)
- Questions diverses