

Mark FARAYET

La création d'entreprise

L'entretien d'embauche et les droits d'auteur

Ce livre a été publié sur www.bookelis.com

ISBN :

© Prénom Nom de l'auteur

Tous droits de reproduction, d'adaptation et de traduction,
intégrale ou partielle réservés pour tous pays.

L'auteur est seul propriétaire des droits et responsable du contenu de ce livre.

DE L'ENVIE À L'IDÉE

Qui n'a jamais rêvé de devenir son propre patron ? De ne plus avoir d'ordres de son supérieur hiérarchique ? De concilier vie professionnelle et vie familiale ? D'avoir plus de responsabilités ? De gérer son propre planning ?

Ce rêve peut devenir réalité en créant ou en reprenant une entreprise ! Vous avez un projet plus ou moins défini. Vous savez ce que vous voulez faire et surtout vous savez ce que vous ne voulez plus faire ! Votre décision est prise : vous vous lancez !

Commence alors un chemin long et sinueux, mais tellement enrichissant !

Il faut avant toute chose faire le point sur sa motivation personnelle : créer une entreprise prend énormément de temps. Ensuite, une réflexion sur ce que l'on veut faire, mais aussi ce que l'on peut faire s'impose. Le métier de chef d'entreprise ne s'improvise pas !

Il faut prendre conscience de ses compétences, mais également de ses lacunes. Pour cela, on peut faire un bilan de compétences qui permettra de préciser les formations éventuelles nécessaires.

Certaines personnes demandent l'avis à leur famille, leurs relations professionnelles, leurs

relations amicales. Mais ces personnes renoncent très vite, car elles reçoivent des avis très négatifs sur leur projet : « Ça ne marchera jamais ! » Mais qu'en savent vos contacts ? Qui ne tente rien n'a rien !

Certaines questions reviennent souvent : « Vais-je y arriver ? Mon projet peut-il aboutir ? Est-il viable ? Ai-je les capacités pour gérer une entreprise ? » Tant de questions auxquelles il est difficile de répondre seul !

Il faut avoir une très grande motivation, faire fi des points de vue négatifs, sinon, le futur chef d'entreprise risque d'être démoralisé et de vouloir abandonner sans même entamer une procédure de création d'entreprise.

Souvent, il est conseillé avant de démarrer, de lister les points positifs et les points négatifs avant de prendre toute décision concernant cette création d'entreprise.

Dans la catégorie des points positifs, on peut indiquer s'il y a peu de concurrence, un marché en pleine expansion, un produit innovant.

Dans la catégorie des points négatifs, on peut alors indiquer le coût de l'investissement, ses failles personnelles.

L'analyse du marché

L'analyse du marché consiste à étudier, à mesurer, à analyser, à comprendre les comportements des clients potentiels.

Cette analyse peut être effectuée via des sondages, de panels ou de recherches sur internet.

Cette analyse permet au final de connaître :

le marché : la taille du marché, la clientèle, la perspective de croissance ;

les personnes qui influencent le marché ;

la concurrence ;

les besoins et les attentes de la clientèle potentielle ;

les opportunités du marché ;

les risques du marché.

Elle permet également d'étudier la position de l'entreprise face à la concurrence.

Cette analyse peut aider à analyser :

le potentiel de l'entreprise ;

les ressources de l'entreprise ;

le produit par rapport à celui des concurrents.

L'analyse du marché permet également de mettre au point la stratégie commerciale de l'entreprise.

Le benchmarking

Le benchmarking permet d'étudier les concurrents, leur stratégie, leur façon de faire... d'analyser et de n'en retenir que les points positifs.

L'objectif est donc de devenir meilleur que les concurrents en utilisant leurs points forts.

Par exemple, lorsque le créateur souhaite créer un site internet, le benchmarking permet de voir les points positifs du site (visibilité, facilité d'utilisation...) ainsi que les points négatifs (couleurs non adaptées...)

DE L'IDÉE AU PROJET

Votre décision est définitive : vous souhaitez concrétiser votre projet professionnel.

Commencent alors des recherches auprès de chambres de commerces et de l'industrie, de chambres des métiers...

Vous pouvez également effectuer des recherches sur internet pour bien connaître votre futur métier.

Il est important de lister toutes ses idées. On peut également se donner des objectifs, en définissant, par exemple, la date de démarrage de l'activité, le nombre de prospects à contacter.

Calcul du coût de revient

Le coût de revient correspond à toutes les dépenses effectuées avant de pouvoir réaliser un chiffre d'affaires. C'est-à-dire qu'il définit le prix minimum auquel un produit ou un service peut être vendu sans aucun bénéfice.

Il permet de définir le point mort : l'entreprise ne fait ni bénéfice ni perte. Lorsque le point mort est dépassé, l'entreprise commence à être rentable.

Le coût de revient est difficile à élaborer.

Le coût de revient est la somme des charges liées à l'activité de l'entreprise. Ces charges correspondent à l'achat de fournitures, à la production et à la distribution du produit.

Les charges fixes et les charges variables

L'entrepreneur doit connaître les charges fixes et les charges variables de son entreprise.

Charges fixes : Les charges fixes sont identiques quel que soit le chiffre d'affaires réalisé. Elles correspondent au loyer, aux salaires, aux assurances, aux amortissements du matériel informatique, mobilier...

Elles comprennent également les frais de publicité, les frais d'hébergement du site internet...

Charges variables : Les charges variables dépendent du chiffre d'affaires réalisé. Plus le chiffre d'affaires est élevé, plus les charges variables sont élevées. Elles correspondent à l'achat de matières premières, à la sous-traitance, à la fourniture d'électricité, de gaz...

Le prix de vente est alors calculé en ajoutant la marge au coût de revient.

Le business plan

Le business plan est un document dont le but est de séduire de potentiels investisseurs. Il peut également être défini pour définir précisément la stratégie de l'entreprise.

Ce document permet également de faire le point, d'ordonner les idées. Il permet de connaître exactement les besoins financiers.

Il permet surtout au créateur d'entreprise de connaître la faisabilité de son projet, de se donner des objectifs.

On y trouvera tout ce qui va être entrepris pour l'entreprise ainsi que les moyens à mettre en œuvre pour y arriver sur une période pouvant aller jusqu'à 5 ans.

Le business plan ne doit pas être figé. Il doit pouvoir évoluer avec le contexte social, la conjoncture du moment, les besoins de l'entreprise, la faisabilité du projet, la concurrence. Il doit également être adapté aux personnes visées par ce business plan.

Il est essentiel de bien présenter son business plan afin de laisser une impression favorable aux lecteurs. Il ne doit donc pas comporter de fautes, de ratures, de contradictions. Il doit être le plus honnête possible. Il ne faut donc pas tenter de duper le lecteur !

Il n'est pas nécessaire d'en faire trop : trop de graphiques, trop de fantaisies d'écriture... « Point trop n'en faut » ! Le document doit rester sobre !

Les éléments à faire figurer sur le business plan sont nombreux.

Dans un premier temps, il est possible d'y intégrer son CV détaillé en insistant sur les points forts, l'expérience correspondant au projet.

Le projet est ensuite expliqué le plus clairement possible. Il est possible d'intégrer une analyse de marché.

On peut ensuite identifier la concurrence en précisant la taille de la clientèle, le chiffre d'affaires, leurs avantages, leurs inconvénients, faire une comparaison de prix.

Des tableaux financiers prévisionnels comme le compte de résultat, le bilan et le plan de financement y figurent également. Il est conseillé de joindre une note explicative nécessaire à la lecture et à la compréhension de ces éléments.

On peut également joindre la maquette du futur site internet.

Pour terminer, il faut expliquer le but de ce business plan en déterminant ses besoins en financement.

Il n'existe pas de présentation type pour la réalisation d'un business plan : il doit être clair, précis et concis.

Afin de suivre le business plan, un tableau de bord peut être réalisé. Il permettra de connaître la date de réalisation de ses objectifs, le dépassement des coûts, la comparaison entre le chiffre d'affaires prévisionnel et le chiffre d'affaires réalisé.