

ECONOMIE - DROIT - GESTION

TD6 - Méthodologie Création d'Entreprise



**LICENCE PROFESSIONNELLE AII-SARI
Mention "Automatisme et Informatique
Industrielle"**

Voici les étapes chronologiques qu'il est conseillé de suivre pour ne rien oublier et augmenter les chances de succès !

Deux grandes étapes :

- **la conception du projet**
- **la mise en place de l'entreprise.**

Mots Clés :

Créer son entreprise, démarrer sa société, monter sa boîte, lancer une startup, ouvrir une boutique...

DE L'IDEE AU PROJET...

Transformer une idée en projet nécessite de définir son projet personnel. Une bonne réflexion s'impose.

Les grandes lignes du projet : **Quelles sont-elles?**

- donner une définition précise du produit ou du service à réaliser ou vendre :
technicité, caractéristiques, prix...
 - rechercher de l'information sur ce produit ou ce service,
 - recueillir avis et conseils de spécialistes,
 - tester l'idée auprès d'autres personnes,
 - définir le marché selon le type de clientèle,
- déterminer l'ordre de grandeur des ventes, c'est à dire le chiffre d'affaires.

DE L'IDEE AU PROJET...

Le positionnement du créateur par rapport au projet (son bilan personnel et professionnel) :

- objectifs personnels (quel est le but poursuivi au travers de cette création),
- motivations (besoin d'autonomie, de se réaliser, de statut social, créer son emploi, goût du risque...),
- compétences (dans le domaine technique, gestion, marketing, management...),
 - ressources (apport personnel, mobilisation de l'épargne de proximité),
 - déterminer l'ordre de grandeur des ventes, c'est à dire le chiffre d'affaires.
- temps

Au terme de cette première approche, si des impossibilités apparaissent, il est nécessaire de modifier le projet ou le différer.

DE L'IDEE AU PROJET...

La première phase a permis de "dégrossir" le projet, c'est à dire de passer d'une idée à un projet réaliste. Cette seconde approche permettra de transformer un **projet réaliste** en un **projet réalisable**. Le créateur devra donc préciser ses objectifs et tous les moyens nécessaires pour y parvenir.

Trois études sont à mener :

- **l'étude commerciale,**
- **l'étude financière,**
- **l'étude juridique.**

Elle se compose de l'**étude de marché** et des **actions commerciales**

1 - L'étude de marché est une véritable enquête sur les concurrents et les futurs clients permettant de bien les connaître.

- L'étude commerciale permettra de vérifier si le marché existe réellement et quelle est son évolution.
- La connaissance du marché permettra d'avoir une idée de ses potentialités chiffrées et donc d'éclairer le choix des hypothèses de chiffre d'affaires en montant et en délai.
- L'observation du marché en fera connaître le fonctionnement et pourra ainsi déterminer avec le maximum de précision ce que l'on va vendre, l'offre à la clientèle et son positionnement par rapport aux autres produits existants : ses différences et ses ressemblances.

- Définir avec précision le ou les produits ou services à vendre, leurs caractéristiques, les avantages qu'ils apportent, la gamme, le catalogue ou l'achalandage qu'ils constituent, les services qui les complètent, leur présentation, leur finition, leurs conditions d'emploi.
- La connaissance du marché permettra d'avoir une idée de ses potentialités chiffrées et donc d'éclairer le choix des hypothèses de chiffre d'affaires en montant et en délai.
- Fixer le niveau et la gamme de prix, et les conditions de paiement qui permettront d'atteindre les objectifs de chiffre d'affaires et de rentabilité.
- Choisir le mode de vente, les conditions dans lesquelles les produits ou services seront mis à la disposition de la clientèle, le mode de distribution, la localisation qui permettra de satisfaire au mieux les habitudes de lieux et de temps des clients.

- Préparer les moyens de négociation directe, de techniques de vente, d'argumentaire de vente, avoir des compétences de vendeur (le créateur sera le premier vendeur de son entreprise), le mode de prospection, et éventuellement la mise en place d'une force de vente.
- Déterminer les différents moyens de votre communication, les relations publiques, les relations avec la presse, la publicité, le nom, le slogan, l'image.

2 - Les actions commerciales permettent de préciser comment vendre ?

- Sélectionner tous les moyens qui permettront d'arriver à faire acheter le produit ou le service par les clients.
- Tous ces moyens sont des actions commerciales qui constituent le **plan d'actions commerciales** (PAC).

.**L'étude financière** permettra de répondre à trois questions essentielles :

- L'activité sera-t-elle **rentable** ? : le compte de résultat permet de répondre à cette question.
- Combien doit-on apporter pour faire démarrer puis vivre l'entreprise ? Le plan de financement permet de répondre à cette question.
- Est-ce que les sorties d'argent seront compensées au même moment par des entrées d'argent de façon à ne jamais avoir de problème avec la banque ?

Le plan de trésorerie permet de répondre à cette question :

1 - Calcul de la rentabilité par le Compte de Résultat :

Pour vérifier que l'activité sera rentable, il faut estimer les ventes (chiffre d'affaires) et les frais (charges), puis par différence, on obtiendra le résultat (bénéfice ou perte).

Mais deux cas correspondant à deux approches différentes peuvent se présenter :

- lorsque l'objectif de chiffre d'affaires (CA) n'est pas facile à déterminer, dans ce cas on peut procéder par l'approche du seuil de rentabilité ; c'est à dire déterminer un CA minimum pour couvrir les charges.
- lorsque l'objectif de chiffre d'affaires (CA) a été déterminé. On part du CA qu'on peut réaliser et l'on détermine les moyens qui permettent de l'atteindre.

Le plan de trésorerie permet de répondre à cette question :

2 - Le coût du projet par le Plan de Financement

Pour calculer le montant d'argent à apporter pour créer et faire vivre l'entreprise, par comparaison entre les besoins de financement et les ressources de financement.

3 - Equilibre des entrées et des sorties d'argent par le Pan de Trésorerie

- Il n'est pas certain que les recettes vont compenser les dépenses mois par mois, et qu'ainsi le compte en banque sera régulièrement positif (créditeur). C'est une situation à éviter ou bien à prévoir, afin de pouvoir prévenir le banquier et non pas le mettre devant le fait accompli, ce qu'il n'accepterait pas.

L'étude juridique consiste à préparer "l'emballage légal" de l'activité économique (commerciale et financière) qui vient d'être défini

Elle s'effectue en trois étapes :

- Le choix de la structure juridique.
- La préparation du dossier administratif de constitution d'entreprise (entreprise individuelle ou société).
- Le dépôt du dossier qui donne une naissance juridique et administrative effective à l'entreprise.

- Contrairement à certaines idées reçues, on ne crée pas une structure dans laquelle on exercera une activité, mais l'analyse économique d'un projet pour lequel induit un cadre légal : **le statut juridique.**

Pour guider le choix, les éléments à prendre en compte sont les suivants :

- quels sont les différentes formes juridiques possibles en droit français ?
- quels sont les critères objectifs, c'est à dire les contraintes fixées par la loi qui devront, en fonction du projet, guider son choix ?
- quels sont les critères subjectifs, c'est à dire ceux directement liés au projet et à son avenir, qui devront l'aider à retenir un seul statut juridique ?

- En droit français, le choix d'une structure juridique s'impose presque de lui-même. Il dépend à la fois d'obligations et d'un certain nombre d'options personnelles :
 - le niveau de responsabilité à assumer, le degré de contrôle à exercer,
 - la capacité financière,
 - le type d'activité exercé,
 - le statut fiscal et social du chef d'entreprise, **la volonté ou non d'association.**

- En droit français, le choix d'une structure juridique s'impose presque de lui-même. Il dépend à la fois d'obligations et d'un certain nombre d'options personnelles :

L'INSTALLATION

Jusqu'ici le projet est préparé sur tous les plans mais l'entreprise n'est pas encore créée. Cette courte phase consiste à **concrétiser tous les engagements pris par le créateur et tous ses partenaires** (associés, collaborateurs, clients, fournisseurs, banques, etc.) qui participent directement ou indirectement au projet afin qu'il puisse mettre en place l'outil de travail.

Important : il faut simultanément concrétiser la création de l'entreprise et lancer ou poursuivre les actions commerciales car l'obtention des premières commandes fermes le plus tôt possible permettra le démarrage de la nouvelle entreprise.

LA CREATION DU CADRE JURIDIQUE

Puisque le dossier de constitution d'entreprise individuelle ou de société est préparé, il est alors possible de donner une naissance juridique à l'entreprise en le déposant au Centre des Formalités des Entreprises (CFE) relevant de l'activité de l'entreprise à créer.

LE DEMARRAGE

Le démarrage de l'activité demande en particulier la mise en place d'outils de contrôle et d'une gestion prévisionnelle rigoureuse. Cette période de décollage est une période délicate.

En résumé les **facteurs clés de succès** d'un projet de création d'entreprises sont :

- le professionnalisme du créateur,
- la solidité de sa personnalité,
- une compétence de gestion suffisante,
- des prévisions de chiffre d'affaires réalistes et les moyens pour réaliser ces prévisions.
- des investissements en matériel et en personnel raisonnables et flexibles n'imposant pas une "masse critique" trop importante et difficile à atteindre.
- un plan de financement équilibré avec des fonds propres suffisants.