

Guide du Débutant pour



DÉMARRER UNE ENTREPRISE EN FRANCE



Guide du Débutant pour



DÉMARRER UNE ENTREPRISE EN FRANCE

Contenu

INTRODUCTION

- CHAPITRE 1 SE DOCUMENTER SUR SON IDEE DE BUSINESS**
- CHAPITRE 2 CHOISIR UN STATUT JURIDIQUE POUR VOTRE ENTREPRISE**
- CHAPITRE 3 TROUVER LE BON EMPLACEMENT POUR VOTRE ENTREPRISE**
- CHAPITRE 4 ENREGISTRER VOTRE NOM D'ENTREPRISE**
- CHAPITRE 5 IMPOTS ET ASSURANCE SOCIALE**
- CHAPITRE 6 OBTENIR SES LICENCES**
- CHAPITRE 7 CREER UN BUSINESS PLAN**
- CHAPITRE 8 TROUVER DE L'ARGENT ET DES FINANCEMENTS**
- CHAPITRE 9 CONCEVOIR VOTRE SITE WEB**
- CHAPITRE 10 CRÉER SON RESEAU & OBTENIR DES CONTACTS
COMMERCIAUX DE QUALITE**
- CHAPITRE 11 CONSTRUIRE UNE STRATEGIE MARKETING**
- CHAPITRE 12 EMBAUCHER DES EMPLOYES**
- CHAPITRE 13 DECROCHER DES CLIENTS ET DES VENTES**

DÉMARRER SA PROPRE ENTREPRISE EST TOUJOURS UN DÉFI ET DANS L'ÉCONOMIE ACTUELLE, PEUT ÊTRE PARTICULIÈREMENT DUR.

DANS CE GUIDE, VOUS TROUVEREZ DES CONSEILS ET DES LIENS VERS UN LARGE ÉVENTAIL D'INFORMATIONS UTILES SUR COMMENT LANCER ET FAIRE TOURNER VOTRE NOUVELLE ENTREPRISE.

■ QUE PEUT M'APPORTER CE GUIDE?

Le Guide du Débutant pour Démarrer son Entreprise en France vous aidera à déterminer si vous avez les qualités nécessaires pour être votre propre patron. Il vous donnera aussi les informations de base dont vous avez besoin pour commencer.

Vous êtes le seul à connaître vos idées et vos projets. Notre objectif est de vous aider à interroger vos propres suppositions sur la manière de prioriser vos tâches et utiliser vos ressources disponibles. Nous veillerons également à vous indiquer la bonne voie avec l'accès à des informations utiles, des ressources et des conseils d'experts.

■ QUEL GENRE DE PERSONNE FAUT-IL ÊTRE POUR DEVENIR UN ENTREPRENEUR ACCOMPLI?

Le fait est que n'importe qui peut devenir entrepreneur. Chaque individu doit déterminer la taille et l'ambition de son projet d'entreprise pour être sûr d'avoir les compétences et ressources disponibles adéquates pour cette idée particulière. Par exemple, les compétences commerciales, les connaissances et le capital requis pour commencer

une petite entreprise de vente au détail sont très différents de ceux nécessaires pour ouvrir la première succursale d'une filiale à plusieurs branches.

De la même manière, acheter une franchise d'une marque réputée et au modèle économique éprouvé demande une approche très différente de la manière de lancer un commerce totalement nouveau et au nom de marque encore inconnu.

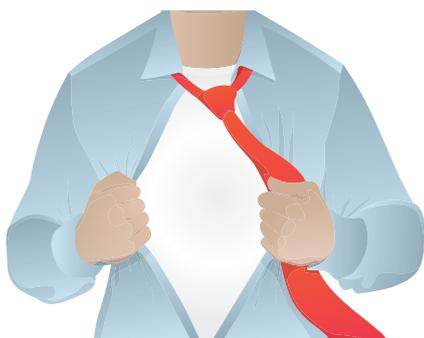
■ COMMENT DÉTERMINER SI JE SUIS CAPABLE DE DÉMARRER UNE ENTREPRISE?

Le défi n'est pas seulement de trouver la bonne idée d'entreprise, le bon emplacement ou le financement (bien que ces éléments soient tous importants). Le plus grand défi est votre propre manque d'expérience.

Interrogez n'importe quel entrepreneur chevronné et il vous dira qu'il y a tellement de choses à apprendre que la plupart des gens ne savent tout simplement pas par où commencer. Beaucoup de gens ne franchissent jamais le stade du rêve, ce qui est compréhensible puisque trouver toutes les ressources adéquates et les informations dont vous avez besoin en partant de rien peut avoir l'air d'une tâche énorme. Souvent, les gens s'inquiètent des mauvaises choses et peuvent se perdre en oubliant la vue d'ensemble de leur projet.

CHAQUE ENTREPRISE A DES CASES DIFFÉRENTES À COCHER POUR PARVENIR AU SUCCÈS, MAIS VOUS POUVEZ RÉSUMER LES EXIGENCES MINIMALES REQUISES EN QUATRE MOTS:

1. DU COURAGE



Plus d'un tiers des nouvelles entreprises créées en France font faillite dans les trois premières années. Entreprendre n'est donc pas facile. Cela peut être un parcours solitaire et mettre sévèrement à l'épreuve vos relations personnelles. Pire encore, si vous vous trompez, vous pouvez vous retrouver dans une situation financière pire que celle dans laquelle vous étiez avant de vous lancer. Néanmoins, vous pouvez réduire les risques en écoutant votre bon sens et en vous assurant que vous avez toutes les données en main. Répondez aussi à quelques questions simples avant d'engager des ressources dans une entreprise :

- *Y a-t-il un marché pour mon idée d'entreprise ?*
- *Puis-je avoir accès aux ressources nécessaires ?*
- *Suis-je la bonne personne, non pas pour lancer cette affaire, mais pour la transformer en entreprise couronnée de succès ?*

2. DE L'ARGENT



Lancer une entreprise sans avoir les ressources nécessaires revient à essayer de grimper dans un arbre avec un bras attaché dans le dos ; c'est difficile, voire impossible. Dans l'état actuel de l'économie mondiale, l'accès à des financements est plus difficile que jamais et les conseils sur la manière d'y accéder varient énormément. Pour vous aider à y voir plus clair, nous abordons les différentes façons de lever les fonds dont vous avez besoin dans le Chapitre 8 de ce guide.

3. DE L'ENGAGEMENT



Most people starting a business
La plupart des personnes qui démarrent une entreprise ont des compétences et de l'expérience qu'elles peuvent mettre à contribution. D'une manière générale, beaucoup d'entre elles travaillent à plein temps dans leur nouvelle entreprise en y faisant pour elles-mêmes ce qu'elles faisaient auparavant pour un employeur.

Il est important que vous soyez sûr de l'engagement nécessaire pour diriger un type particulier d'entreprise ; beaucoup ont l'air amusant vu de l'extérieur, mais la réalité est toute autre lorsque vous y travaillez en première ligne.

Par exemple, si vous lancez un petit magasin de détail ou un restaurant basé sur l'expérience que vous avez précédemment acquise dans ce secteur, vous saurez à quoi vous attendre : de

longues heures, un travail acharné et une possible saisonnalité des ventes ; vous saurez donc planifier votre activité en conséquence.

Si votre projet d'entreprise sort de votre sphère de compétences, assurez-vous de faire beaucoup de recherches avant de vous lancer. Vous pouvez même envisager de travailler dans une entreprise similaire pour être sûr que cela vous plaît.

4. DE LA CHANCE



Un vieux dicton populaire parle de «créer sa propre chance», mais la chance est ce facteur indéfinissable qui peut contrôler la manière dont les choses tournent ou quelles opportunités se placent sur votre chemin.

Certaines entreprises échouent, non pas parce que leurs dirigeants ont été mauvais ou que le produit est médiocre, mais tout simplement parce qu'elles ont connu une succession de malchances.

Espérer que la chance comblera les lacunes de votre business plan n'est pas raisonnable, mais vous pouvez vous préparer à saisir toute opportunité qui se présenterait à vous.

Voici un exemple simple: Si vous dirigez un magasin de parapluies, vous ne pouvez pas décider qu'il va pleuvoir, mais vous pouvez vous assurer que les stocks de votre magasin sont correctement gérés et prêts, de manière à ce que s'il pleut, vous êtes bien placé pour en récolter les fruits.

Soyez toujours prêt à exploiter une opportunité lorsqu'elle se présente. Les grandes entreprises cherchent toujours des manières d'exploiter de nouvelles idées et sont souvent dirigées par des personnes qui pensent de cette façon. Une telle vision peut émaner d'une demande inattendue d'un client, d'un nouveau développement technologique ou d'un changement sur le marché.

■ DÉMARRER VOTRE ENTREPRISE

PLUS DE 97 POUR CENT DES ENTREPRISES FRANÇAISES SONT, D'APRÈS L'OBSERVATOIRE D'OSEO ET L'INSEE SONT, DES PME, C'EST-À-DIRE DES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES. ELLES SONT PAR CONSÉQUENT LE PRINCIPAL CRÉATEUR D'EMPLOIS ET DE RICHESSES EN FRANCE, ET SONT SOUVENT DIRIGÉES PAR DES PERSONNES DONT LE DYNAMISME SOUTIENT NOTRE ÉCONOMIE.

Lancer votre propre entreprise peut être amusant et intimidant à la fois. Cela demande toujours un travail acharné et beaucoup de planification, de recherche et d'efforts.

N'oubliez pas que plus vous anticipez avant de lancer votre entreprise et plus vous êtes certain d'avoir coché toutes les bonnes cases avant de commencer à dépenser de l'argent, mieux c'est.

Une fois qu'une entreprise tourne, vous aurez inévitablement des coûts fixes, des choses que vous devez payer, que vous gagniez de l'argent ou non. Plus ces coûts sont réduits et plus vous parvenez à repousser leur engagement, plus votre capital de départ sera protégé.

Il y a un certain nombre de règles de bon sens à suivre avant de commencer.

- Soyez sûr de comprendre l'engagement nécessaire et d'y être prêt.

- Sachez de quelles ressources vous avez besoin et soyez certain de savoir où les trouver.

- Identifiez vos coûts fixes et assurez-vous de pouvoir les couvrir. Soyez réaliste lorsque vous estimez combien de temps cela pourra prendre. Si vous avez un doute, ajoutez des semaines, voire des mois à votre planning prévisionnel, afin de savoir ce que pourrait être le pire scénario probable.

- Remettez en question vos hypothèses en permanence, soyez honnête avec vous-même et préparé à faire des ajustements. Il n'y a rien de mal à faire des changements au fur et à mesure que vous

apprenez de nouvelles choses. Lancer une entreprise est un processus et plus vous êtes flexible, plus vous pouvez voir les problèmes survenir avant qu'ils ne fassent des dégâts.

- Ayez un business plan écrit et mettez le à jour dès que vous avancez. Gardez des versions antérieures dans un dossier, de sorte que vous pouvez vous y référer et suivre votre cheminement de pensées. Vous serez surpris de voir à quel point ce que vous pensez évolue.

- N'ignorez pas les facteurs clés touchant à votre affaire. Contrairement à lorsque vous étiez employé avec votre chèque à la fin du mois, échouer en tant que dirigeant d'entreprise peut sérieusement menacer votre mode de vie et votre solvabilité future.

■ POURQUOI DÉMARRER SON ENTREPRISE EN FRANCE? QUELS EN SONT LES BÉNÉFICES ?

Avec la variété de ses formes sociales, la France permet d'entreprendre sans trop prendre de risques au départ.

LES ATOUTS DU TERRITOIRE FRANÇAIS

De nombreux investisseurs se lancent chaque année en France, et pour cause: avec une démocratie stable, d'importantes voies de transports, un excellent réseau de communications, plusieurs aéroports tournés vers l'international, des aides au développement et une richesse culturelle doublée d'un haut niveau de formation, les entreprises s'y retrouvent dans de nombreux secteurs. Malgré les idées reçues sur la création d'entreprises en France, les impôts et la main d'oeuvre sont la moyenne européenne.



MATURITÉ DU MARCHÉ

La France est un marché mature, et tout entrepreneur en herbe peut trouver des mines d'informations sur son secteur. C'est un bon endroit pour lancer des produits ou développer de nouveaux concepts et services.



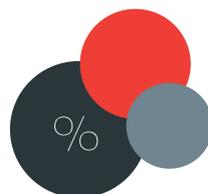
DE NOMBREUSES AIDES À L'INVESTISSEMENT

La France, l'Etat et les collectivités régionales soutiennent le tissu économique et la création de nouvelles entreprises. Nouvelles technologies, implantation dans des zones défavorisées, projets environnementaux, aides à l'embauche et à la formation, crédits d'impôts et crédits pour la recherche sont autant de facteurs qui aident les entrepreneurs à se lancer.



TAXES ET IMPÔTS

Hors dans le cas de l'auto-entrepreneuriat (qui bénéficie de régimes spécifiques), les bénéfices des sociétés sont soumis à l'impôt sur les sociétés. Les détails sont présentés dans les chapitres suivants.



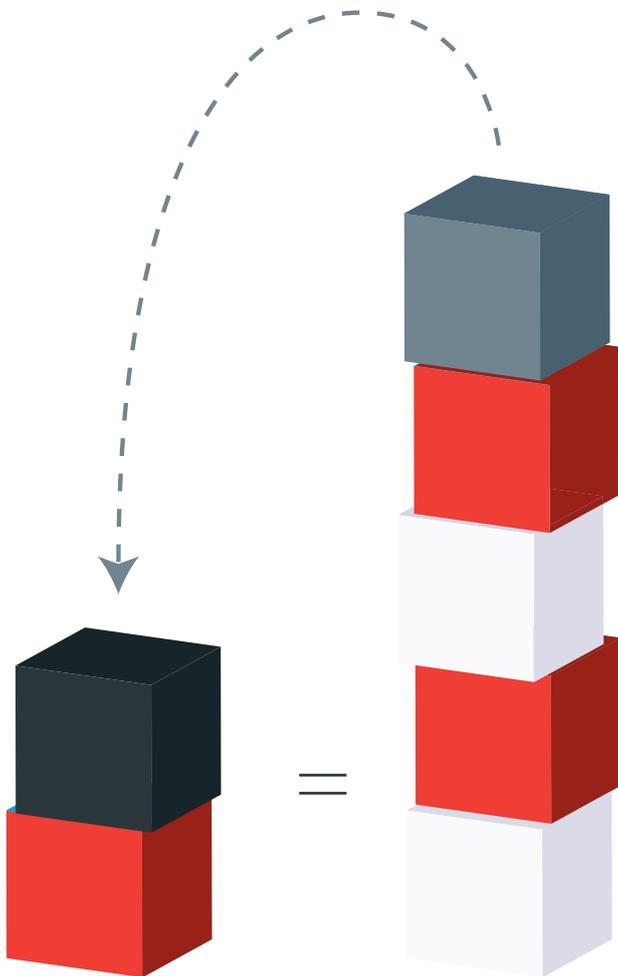
Chapitre 1



SE DOCUMENTER SUR VOTRE IDÉE D'ENTREPRISE

■ CHAPITRE 1

SE DOCUMENTER SUR VOTRE IDÉE D'ENTREPRISE



DÉTERMINEZ VOTRE MARCHÉ POTENTIEL

Avant de lancer une entreprise, vous devez vous assurer d'avoir un marché. Cela peut être aussi simple que d'aller interroger les habitants de votre quartier ou commune si vous prévoyez d'ouvrir un restaurant, une boutique ou toute autre entreprise locale.

POUR EN SAVOIR PLUS:

- L'étude de marché, une étape incontournable (*article*)
- Une bonne étude de marché ne suffit pas (*article*)

EVALUEZ LA CONCURRENCE

Ce processus est unique à chaque secteur. Par exemple, si vous prévoyez de développer un logiciel, il est très facile d'identifier vos concurrents par le biais d'Internet, d'études payantes, de Livres Blancs mis à disposition par d'autres sociétés ou en assistant à des salons professionnels. Si vous prévoyez d'être détaillant dans une rue passante, vous pouvez déterminer qui sont vos concurrents en vous renseignant auprès de la population locale ou en effectuant un simple sondage.

IDENTIFIEZ L'UTILITÉ ET LE POSITIONNEMENT DE VOTRE PRODUIT OU SERVICE

Vous savez que vous avez une idée géniale, et il est fort probable que votre famille et vos amis vous disent aussi qu'elle est superbe. Mais n'oubliez pas qu'ils sont de votre côté et veulent vous voir réussir coûte que coûte. Leurs opinions ne sont peut-être pas complètement réalistes, ou peut-être cachent-ils ce qu'ils pensent vraiment pour ne pas vous blesser.

Parfois, les entrepreneurs se prennent d'une telle passion pour leur « bébé » que le bon sens qui devrait mener leur business model finit par partir en fumée. Soyez réaliste, faites des recherches et rassemblez un large éventail d'opinions extérieures.

POUR EN SAVOIR PLUS:

Le positionnement, un atout stratégique pour se développer de manière durable sur des marchés concurrentiels (*article*)

TROUVEZ VOTRE ARGUMENT CLÉ DE VENTE

Qu'est-ce que vous apportez de plus par rapport à vos concurrents ? Il s'agit de votre argument clé de vente (ACV ou USP, Unique Selling Point en anglais). Pour certaines entreprises, l'ACV est facile à définir, par exemple si vous avez inventé une nouvelle technologie qui va révolutionner le marché. Mais si vous ouvrez un nouveau restaurant dans une ville qui en abrite déjà beaucoup, il vous faut définir ce qui différencie votre entreprise et ce qui la rend désirable.

POUR EN SAVOIR PLUS:

Trouver son USP rapidement (*article*)

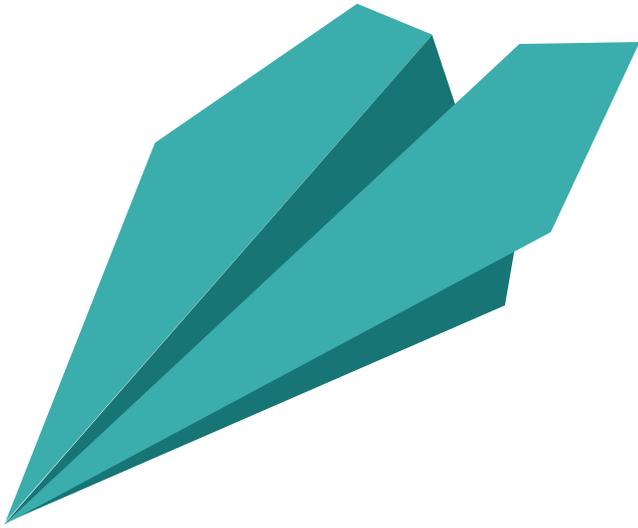
Chapitre 2



**CHOISIR
UN STATUT
JURIDIQUE
POUR VOTRE
ENTREPRISE**

■ CHAPITRE 2

CHOISIR UN STATUT JURIDIQUE POUR VOTRE ENTREPRISE



TROUVER LA BONNE STRUCTURE DE VOTRE ENTREPRISE DÉPEND D'UN CERTAIN NOMBRE DE FACTEURS: LE TYPE D'ENTREPRISE QUE VOUS ENVISAGEZ, COMMENT VOUS LA VOYEZ ÉVOLUER, QUELS SONT LES RISQUES, QUEL EST LE STATUT DU DIRIGEANT, LE CAPITAL SOUHAITÉ ET COMBIEN DE PERSONNES Y SONT IMPLIQUÉES.

Enregistrez-vous
comme.....

AUTO-ENTREPRENEUR POUR TESTER VOTRE ACTIVITÉ

Ce statut permet de vous enregistrer rapidement dans un domaine d'activité, d'obtenir un numéro SIRET (et donc de pouvoir facturer). L'avantage? Vous

ne payez d'impôts que sur ce que vous avez gagné. Parfait pour tester une activité, ce statut limite toutefois les revenus, avec un plafond de chiffre d'affaires annuels.

EI, EIRL OU EURL SI VOUS VOUS SENTEZ L'ÂME D'UN INDÉPENDANT

- L'Entreprise Individuelle (EI) comporte peu de charges sociales, pas de capital minimum et peu de formalités, mais vous êtes engagé personnellement.
- L'Entreprise Individuelle à Responsabilité Limitée permet de s'engager dans une activité sans menacer tout son patrimoine. Ses contraintes sont plus lourdes que l'EI.
- L'Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée limite les risques aux seuls apports et est particulièrement souple dans son fonctionnement. Néanmoins, vous n'avez pas de statut de salarié en tant que gérant, comme c'est le cas dans la SARL.

SARL, SAS OU SA, POUR ÊTRE PLUSIEURS ASSOCIÉS

Vous avez au moins 1 associé? Voici trois statuts qui peuvent vous convenir:

- La Société Anonyme à Responsabilité Limitée (SARL) permet d'être associé et gérant. Le capital minimum est de 1 euro symbolique, mais attention à ne pas en abuser, car cela peut déclencher d'autres types de frais et de solvabilité (sans compter les questions des investisseurs).
- La Société Anonyme (SA) comporte au minimum 7 associés et un capital de 37000€.
- La Société par Actions Simplifiées, au capital librement fixé par les actionnaires, est l'une des formes privilégiées de l'entrepreneuriat aujourd'hui.

VOIR AUSSI:

Comparaison entre les différents statuts juridiques (*article*)

Chapitre 3



TROUVER LE BON EMPLACEMENT POUR VOTRE ENTREPRISE

■ CHAPITRE 3

TROUVER LE BON EMPLACEMENT POUR VOTRE ENTREPRISE



IL EST ESSENTIEL DE CHOISIR LE MEILLEUR EMPLACEMENT POUR VOTRE ENTREPRISE, CAR CELA PEUT FAIRE LA DIFFÉRENCE ENTRE LE SUCCÈS ET L'ÉCHEC.

UN COMMERCE DE DÉTAIL, UN RESTAURANT OU UN BAR A BESOIN D'UN ENDROIT FACILEMENT ACCESSIBLE AVEC BEAUCOUP DE CIRCULATION PIÉTONNE, ET DE PRÉFÉRENCE À PROXIMITÉ D'AUTRES COMMERCES.

Des entreprises de bureaux ou de production sont moins sensibles à la question de leur localisation. Un large choix d'options est disponible, y compris des bureaux que vous payez au mois. Un bail type couvrira une période déterminée et il est probable que l'on vous demande une garantie personnelle. Pour certaines petites start-up (comme des entreprises technologiques), vous trouverez sûrement un incubateur qui vous correspond dans votre ville. Ces derniers offrent une grande souplesse et des locaux à faible coût. Il y a aussi l'avantage de travailler aux côtés d'autres start-ups qui se lancent, ce qui permet d'échanger des idées et des opportunités.

VOIR AUSSI:

- Ouvrir un commerce, comment choisir le bon emplacement (*article*)
- Lancement d'entreprise: choix d'un emplacement (*article*)

Chapitre 4



ENREGISTRER VOTRE NOM D'ENTREPRISE

■ CHAPITRE 4

ENREGISTRER VOTRE NOM D'ENTREPRISE



VOTRE NOM DE SOCIÉTÉ DEVIENDRA VOTRE IDENTITÉ À LONG TERME ET LA MARQUE DANS LAQUELLE VOUS INVESTISSEZ POUR L'AVENIR. IL EST IMPORTANT QUE VOUS CONSIDÉRIEZ COMMENT VOUS ALLEZ COMMUNIQUER CETTE MARQUE AUPRÈS DE VOS CLIENTS CIBLES ET CE QU'ELLE SIGNIFIERA POUR EUX.

Pour certaines entreprises, le nom peut être beaucoup plus important que pour d'autres. Un détaillant peut vouloir un nom qui reflète le genre de produits qu'il vend. Le choix du nom d'une société de nouvelles technologies sera peut-être influencé par les noms de domaines disponibles, la technologie utilisée ou le besoin du client auquel elle répond.

Vous pouvez rechercher des noms sur la base des marques de l'INPI pour voir s'ils sont disponibles, ou vous pouvez demander une vérification plus approfondie par l'un de ses agents spécialisés. L'alternative est de reprendre une société inactive (une « coquille vide »), qui a été créée et abandonnée sans activité, et éventuellement d'en changer le nom par la suite.

Chapitre 5



**IMPOTS ET
ASSURANCE
SOCIALE**



GOUVERNANCE D'ENTREPRISE - IMPÔTS ET TVA

A l'exception des auto entrepreneurs, qui bénéficient d'un régime spécial d'imposition, les entreprises françaises sont soumises à trois grands types de taxes: les impôts sur ses bénéfices, la TVA et la contribution économique territoriale.

Selon le statut juridique choisi, le type d'imposition peut varier (sur le revenu ou sur la société), tout comme le mode de détermination du bénéfice imposable (BNC ou BIC).

Si votre société est soumise à l'impôt sur les sociétés et qu'elle réalise un chiffre d'affaires supérieur à 7 630 000 euros, le taux d'imposition est de 33% (sous conditions de détention du capital). Pour des plafonds plus bas, les 38120 premiers euros de bénéfices (sur une base de 12 mois) sont taxés à 15%, puis à 33% sur le reste des bénéfices. Cela s'applique majoritairement aux PME, Petites et Moyennes Entreprises. Il faut ensuite prendre en compte le montant du bénéfice fiscal.

VOIR AUSSI:

L'impôt sur les sociétés (*texte officiel*)

La TVA, ou taxe sur la valeur ajoutée, est un impôt indirect qui porte sur la consommation et qui est directement facturé aux clients sur les biens ou les services qu'ils consomment. Il faut donc, en tant que société, déclarer la TVA collectée lors de la déclaration d'impôts. Plusieurs taux existent selon les secteurs, avec un taux normal de 19,6% pour la majorité des services et des biens, un taux de 5,5% sur les produits culturels et agricoles, et un taux très réduit pour les médicaments.

La Contribution Economique Territoriale (CET) est venue remplacer la taxe professionnelle. Les taux dépendent de la collectivité territoriale où est domiciliée votre entreprise.

OBLIGATIONS COMPTABLES ET DÉCLARATIVES

Toute entreprise doit avoir une comptabilité régulière, appuyée par des pièces justificatives. Cela implique plusieurs enregistrements dans des Livres comptables et des registres sociaux. Les articles R. 123-173 et suivants du Code de commerce imposent la mise à jour d'un livre-journal, d'un grand livre et d'un livre d'inventaire.

D'autres documents fiscaux, comptables et de diverses natures doivent être joints chaque année à la déclaration de l'entreprise.

VOIR AUSSI:

- Quels sont les livres comptables et les registres sociaux obligatoires? (*article*)

Chapitre 6



OBTENIR SES LICENCES



■ CHAPITRE 6

OBTENIR SES LICENCES

Les licences sont nécessaires pour de nombreuses entreprises. Il peut s'agir d'une licence pour un logiciel, de la licence IV pour vendre de l'alcool, d'une licence de transport, etc. Vous devez déterminer desquelles vous avez besoin et ce, très tôt dans votre processus de mise en place de votre entreprise, afin que vous puissiez en faire la ou les demande(s) sans être pris par le temps.

VOIR AUSSI:

La liste des activités réglementées (*dossier*)

Chapitre 7



CREER UN BUSINESS PLAN

■ CHAPITRE 7

CREER UN BUSINESS PLAN



VOTRE BUSINESS PLAN EST UN OUTIL STRATÉGIQUE POUR VOUS AIDER À DÉMARRER, AJUSTER ET RÉAJUSTER VOS ATTENTES ET VOS ACTIONS. EN CRÉER UN EST LA MEILLEURE FAÇON DE RASSEMBLER VOS PENSÉES ET DE TESTER VOS HYPOTHÈSES AUPRÈS D'AUTRES PERSONNES.

C'est aussi une condition nécessaire si vous voulez lever des fonds. Que vous démarchiez votre banque ou que vous recherchiez un investisseur privé, la première chose que l'on vous demandera est votre business plan.

La priorité est d'avoir un court « Executive Summary » (au début de votre plan) qui résume votre plan en deux pages. Cela donne aux investisseurs potentiels un aperçu rapide de ce que vous proposez et explique pourquoi votre idée d'entreprise est viable.

Si vous levez des fonds auprès d'investisseurs privés, vous aurez besoin d'un Mémoire d'Information pour présenter votre concept commercial. Cela ressemble beaucoup à l'Executive Summary, mais avec un peu plus d'informations sur les bénéfices que peut en retirer l'investisseur. Ce sera le premier document à fournir aux investisseurs potentiels.

Un business plan typique portera sur les trois premières années pour montrer que vous avez de l'ambition et une vision à long terme. La première année doit être détaillée, précise et concentrée sur les recettes et les besoins de trésorerie. Les années 2 et 3 seront forcément plus spéculatives, car vous utiliserez les données de la première année pour ajuster vos plans, mais elles doivent néanmoins être très détaillées.

Soyez prêt à réviser votre business plan en permanence, au fur et à mesure que vous acquérez de l'expérience et apprenez de nouvelles choses. Par exemple, si vous partiez de l'hypothèse qu'une pièce de votre équipement allait vous coûter deux fois moins cher qu'en réalité, ajustez votre plan en conséquence. Ne l'ignorez pas en espérant que cette donnée va disparaître, ce ne sera pas le cas. Si vous prenez en compte l'augmentation des dépenses, alors vous pouvez y remédier en augmentant votre capital, votre emprunt ou bien réduisant d'autres types de dépenses.

VOIR AUSSI:

Guide d'écriture du business plan ou plan d'affaires

POSEZ-VOUS LES BONNES QUESTIONS

Les questions les plus importantes auxquelles vous devez répondre dans un business plan sont les suivantes:

- Qu'est-ce que vous vendez;
- Quelle est la taille du marché disponible;
- Pourquoi votre offre est viable;
- Qui sont vos concurrents;
- Quels sont vos besoins en capitaux;
- Quel est le délai avant que les recettes commencent à affluer ?

Toute personne susceptible de lire votre business plan s'attend à y trouver ses informations, et bien d'autres. Ils devront aussi être convaincus que vos prévisions sont réalistes. Même dans ce cas, ils sont susceptibles de remettre en question vos hypothèses avant de décider si vos plans collent bien.

Un bon exercice est de présenter votre plan à quelqu'un en activité et en qui vous avez confiance, et de lui demander de vous interroger dessus. Assurez-vous qu'ils sachent que le but n'est pas qu'ils soient gentils avec vous.

VOIR AUSSI:

- Sept étapes pour tester la faisabilité de son produit (*article*)
- 7 clés pour affirmer son avantage concurrentiel (*article*)

CONFRONTER SON IDÉE À LA RÉALITÉ DU MARCHÉ

Un moyen utile pour évaluer la force de votre concept d'entreprise et développer de puissantes contre objections est de rédiger une analyse SWOT.

Ce procédé simple mais efficace vous permet d'obtenir une image qui montre clairement les points forts de votre entreprise, ses faiblesses, ses opportunités et ses menaces. Toute activité est confrontée à des menaces, donc il est important de savoir quelles sont les vôtres, ce qui permet de montrer aux autres que vous les reconnaissez et que vous vous organisez en conséquence.

VOIR AUSSI:

Votre diagnostic approfondi de la cible (*SWOT*)

PROTÉGEZ VOS IDÉES ET VOS DROITS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Si vos idées sont originales et que vous avez peur que quelqu'un vous les vole, c'est une bonne idée de prévoir un Accord de non-divulgence ou de confidentialité. Ce document est signé par vous (ou votre entreprise) et toute société ou personne concernée par ces données confidentielles. Ce contrat stipule que vous divulguez des informations sensibles qui ne peuvent ni être utilisées, ni partagées avec des tiers sans votre autorisation.

Si vous faites affaire avec de plus grandes organisations, alors c'est une bonne idée que de leur demander de signer un Accord réciproque de non-divulgence, car cela accélèrera le processus. Si vous insistez pour qu'ils signent le vôtre, le document devra sûrement passer par leur département juridique. Cela peut provoquer des retards et vous coûter de l'argent si vous devez en plus consulter un avocat.

VOIR AUSSI:

Exemple d'Accord de Confidentialité
Didaconcept.com (*ressource*)

Chapitre 8



TROUVER DE L'ARGENT ET DES FINANCEMENTS

■ CHAPITRE 8

TROUVER DE L'ARGENT ET DES FINANCEMENTS



LE FINANCEMENT EST DE LOIN LE PLUS GROS DÉFI POUR DE NOMBREUSES START-UPS. À L'HEURE ACTUELLE, CE PROBLÈME EST AGGRAVÉ PAR LE MANQUE DE FINANCEMENT DE BASE PAR LES BANQUES, OU DU MOINS PAR LA RÉTICENCE DE NOMBREUSES BANQUES À SOUTENIR LES PROJETS, MÊME VIABLES ET À FAIBLES RISQUES.

FINANCEZ VOUS-MÊME VOTRE ENTREPRISE

Votre capacité à autofinancer votre entreprise dépend de vos ressources personnelles et de vos actifs ; par exemple, si vous possédez votre propre maison, vous obtiendrez peut-être une hypothèque pour financer le lancement de votre entreprise. Une autre source fréquente de financement « facile » est de faire appel à ses amis et sa famille. Une fois que l'entreprise fonctionne, il y a plusieurs façons de maintenir sa solvabilité et de ne pas avoir à chercher de fonds extérieurs.

VOIR AUSSI:

Choisir entre l'emprunt et l'autofinancement (article)

TROUVEZ D'AUTRES SOURCES DE REVENUS - BANQUIERS, INVESTISSEURS EN CAPITAL-RISQUE OU GOUVERNEMENT

Les investisseurs et organismes de prêts professionnels sont devenus très réfractaires au risque depuis l'effondrement des banques en 2008.

Si votre entreprise a besoin d'un financement externe pour commencer et, plus tard, pour se développer, il est important de comprendre la différence entre une demande de prêt et une autorisation de découvert. Si vous cherchez un financement issu de capital-risque ou de capital privé, il est également important de comprendre ce qui motive les investisseurs.

Lorsque vous vous approchez des sources potentielles de financement, soyez prêt à présenter vos informations de manière claire et concise.

Les investisseurs reçoivent des centaines de projets. Pour avoir une chance d'être entendu, vous devez vous démarquer de la foule.

Si vous êtes assez chanceux pour obtenir une rencontre, soyez conscient que le processus d'investissement peut prendre du temps. Dans le cas d'un investisseur professionnel en capital risque, cela peut prendre plusieurs mois et impliquer un processus obligatoire d'efforts assidus au cours duquel toutes vos hypothèses commerciales seront passées au crible.

VOIR AUSSI:

Réussir une levée de fonds (article)

VENDRE DES ACTIFS CONTRE DE L'ARGENT OU LES UTILISER COMME GARANTIE POUR UN PRÊT

Si vous avez des actifs comme des biens ou des antiquités, vous pouvez les vendre pour financer votre entreprise. Ou vous pouvez proposer à une banque d'utiliser une partie de la valeur de votre maison comme garantie pour un prêt ou un découvert. Vous devez être conscient que si votre entreprise fait faillite, la banque peut alors vous forcer à la vendre.

OBTENIR UN PRÊT OU UNE SUBVENTION

De nombreux types de prêts et de subventions existent pour les petites entreprises et les start-ups.

Si vous cherchez un prêt, la plupart du temps un prêteur vous demandera une caution personnelle, et cela peut impliquer une garantie sur votre maison ou d'autres biens. On peut aussi vous demander une débenture sur l'entreprise, un prêt non garanti et qui ne porte pas sur vos biens. C'est une obligation légale qui les place prioritairement devant tous les créanciers en cas de faillite d'une entreprise. Cela leur donne l'assurance qu'ils peuvent récupérer leur argent en stock, en droits de propriété intellectuelle ou avec d'autres actifs de l'entreprise.

Une autre possibilité, dès l'élaboration de votre plan de financement et de votre entreprise, est de faire une demande de prêt sans intérêt appelée « Nacre » auprès de l'Etat.

VOIR AUSSI:

Aide de l'Etat à la création d'entreprise

Plusieurs aides de l'Etat et des collectivités locales permettent de trouver un soutien financier supplémentaire. Ce dernier peut revêtir plusieurs formes: subventions, aide à l'emploi, réductions fiscales.

VOIR AUSSI:

Les aides de l'Etat et des collectivités

IDENTIFIER LES DONNÉES FINANCIÈRES

La planification des activités financières est un élément essentiel de toute création d'entreprise. Il est important de commencer en amont à préparer des chiffres prévisionnels. Cela vous permet aussi de justifier l'opportunité de business auprès de partis tiers et de mesurer votre performance en cours.

Les chiffres de votre budget permettent de mesurer la santé de votre entreprise. En règle générale, les entreprises ont un ensemble mensuel de chiffres prévisionnels. Elles peuvent comparer les performances réelles avec les prévisions mensuelles de ventes (avec ou sans TVA si vous êtes enregistré), les profits et les pertes, le bilan et, de manière encore plus importante, les flux de trésorerie.

Baucoup d'entreprises échouent non pas parce qu'elles n'ont pas fait de ventes ou de profits, mais parce qu'elles n'arrivent pas à trouver l'argent nécessaire pour poursuivre leurs activités. Garder le contrôle de votre performance par rapport à vos prévisions vous assurera d'anticiper les problèmes en amont et de pouvoir agir.

VOIR AUSSI:

Les prévisions financières dans votre business plan (*dossier*)

Chapitre 9



CONCEVOIR SON SITE WEB

■ CHAPITRE 9

CONCEVOIR SON SITE WEB



VOTRE VITRINE EN LIGNE

Votre site web est généralement la première interaction d'un client avec votre entreprise. Il faut que vous l'attiriez, puis qu'il vienne vous rendre visite dans votre vraie boutique ou qu'il achète en ligne.

CRÉER VOTRE PRÉSENCE SUR LE WEB

Avant de commencer à concevoir et construire votre site Web, vous devez disposer d'un nom de domaine. C'est tout simplement l'adresse de votre site.

Le nom de domaine se termine parce que l'on appelle un domaine de premier niveau. Vous êtes sûrement déjà familiarisé avec la plupart des choix d'extensions : .com, fr, net, eu, org, biz...

Malheureusement, de nombreux noms de domaines sont déjà pris. Organiser une séance de brainstorming et se montrer créatif sur les noms est une excellente idée qui peut ajouter de la valeur à votre entreprise.

Vous pouvez alors utiliser les sites web d'enregistrement de noms de domaines pour voir, parmi vos choix, lesquels sont disponibles. Par exemple, si vous vous lancez dans le domaine de la coiffure, cherchez tout ce qui se rapproche des cheveux: ciseaux, peignes, mise en plis. C'est une bonne idée de le faire avant de choisir le nom de votre entreprise et d'enregistrer votre société, car cette étape peut changer votre manière d'envisager votre marque.

Si vous prévoyez un site Web ciblé uniquement sur la France, choisissez un nom de domaine qui se termine

par .fr. Si vous travaillez au niveau international, un .com est préférable et reconnu dans le monde entier. Il existe aujourd'hui un grand choix de domaines de premier niveau, et il y en a peut-être un qui correspond à votre secteur d'activité, comme le .travel dans le voyage.

Vous pouvez vérifier si un domaine est libre ou non par le biais de n'importe quel site d'enregistrement, et la plupart offrent des possibilités d'hébergement et d'adresses e-mail qui correspondent à votre domaine.

VOIR AUSSI:

Liste des domaines de premier niveau
(en anglais)

En France, de nombreux bureaux d'enregistrement de noms de domaines (ou registrars) permettent de réserver un nom de domaine, comme:

1&1
Planet-Work
Ovh

POUR COMMENCER À CONSTRUIRE VOTRE SITE INTERNET, QUELLES SONT VOS OPTIONS?

Il y a trois options à considérer:

- avoir un site web conçu et créé professionnellement par une société de création de site web ou par un freelance.
- mettre en place votre hébergement et vos e-mails avec un fournisseur de services, puis utiliser vous-même les outils web disponibles pour concevoir votre site et le promouvoir vous-même.
- utiliser un service qui couvre le domaine, le design et la conception du site web.

Il est possible de dépenser des milliers d'euros dans une création de marque et le design d'un site web. Pour la plupart des start-ups, c'est tout simplement impossible. Mais cela ne veut pas dire que vous ne pouvez pas créer un superbe site web qui fait exactement ce dont votre entreprise a besoin et pour un moindre coût.

VOIR AUSSI:

Créer son site internet (vidéo + article)

AVOIR RECOURS À DES PROFESSIONNELS

De nombreuses sociétés dans le monde offrent maintenant de concevoir votre site web et de développer les services qui y sont liés. Vous pouvez facilement les trouver en utilisant l'une des plateformes qui vous permet de publier votre projet, d'arrêter un budget et de comparer les propositions des prestataires, comme Peopleperhour.com ou Elance.

Com

Si vous préférez travailler avec quelqu'un en face à face, vous pouvez trouver une société de conception web en utilisant les Pages Jaunes ou Google.

Pour économiser de l'argent, vous pouvez employer un étudiant en informatique. Pensez à regarder les écoles spécialisées, qui bien souvent proposent d'employer un ou plusieurs étudiants déjà qualifiés. C'est le cas de l'école Epitech, présente dans plusieurs villes françaises.

Quelle que soit l'option que vous choisissiez, il est préférable de discuter de votre projet de site web en amont, dans les détails, d'avoir écrit un cahier des charges de ce que vous souhaitez et de vous mettre d'accord sur un prix avant de commencer. Il est tout à fait normal d'accepter des étapes dans les paiements et des paiements partiels pour un projet.

CONCEVEZ ET CRÉEZ VOUS-MÊME VOTRE SITE

Si vous choisissez de construire votre propre site web en partant de rien, vous avez à votre disposition de nombreux logiciels de création web, ainsi que des outils en ligne. Certains sont assez chers et difficiles à utiliser pour un amateur.

Lire les avis d'autres utilisateurs est une excellente idée, car cela vous permettra d'estimer si vous avez assez de connaissances, de temps et d'autres ressources pour le bâtir vous-même.

VOIR AUSSI:

Outils pour créer votre site web, le mettre en ligne ou gérer les mails de votre nom de domaine (*article*)

CRÉER FACILEMENT UN SITE WEB EFFICACE

Il existe également des services en ligne qui proposent des packages d'enregistrement complet du nom de domaine, d'hébergement de la messagerie et de la mise en place d'un modèle basique de site, qui permettent même aux grands débutants de construire un site avec peu d'argent.

Certains services d'hébergement tels que 1 & 1 proposent une solution complète de site internet à concevoir soi-même, avec des modèles qui sont déjà préconçus. C'est à vous de choisir les couleurs, la présentation des pages et la navigation intégrée, et de mettre en place les outils d'optimisation pour le référencement.

Généralement, ces services incluent aussi des options e-commerce pour mettre en place une simple boutique en ligne. Le processus est facile, car ils offrent des

modèles de pages spécifiquement adaptés à chaque type d'entreprise. Ils vous suggéreront alors des titres, des textes et des photos que vous pouvez modifier ou ajouter.

Si votre budget est très serré, alors la solution complète peut vous aider à construire et gérer un site très rapidement et avec un minimum d'efforts et de dépenses. Même si vous n'avez aucune connaissance en conception de site web, utiliser l'un de ces services pour votre premier site vous permettra d'économiser beaucoup d'argent.

QUELQUES CONSEILS POUR VOUS AIDER À CONCEVOIR UN SITE WEB GÉNIAL

Peu importe la voie que vous choisissiez pour créer votre site, voici quelques règles à suivre pour assurer une bonne expérience de navigation à vos visiteurs.

FACILITEZ LA NAVIGATION

Certains éléments doivent être mis en évidence : où trouver l'information nécessaire, comment acheter et comment vous contacter. Des titres simples que tout le monde peut comprendre sont à privilégier, comme « Accueil » pour la page principale.

METTEZ CLAIREMENT L'INFORMATION EN ÉVIDENCE.

Ne cachez pas d'informations à vos visiteurs, ou ils perdront rapidement patience et s'en iront. Fournissez des descriptions et des tarifs clairs pour votre produit ou service. Avoir une FAQ est une excellente idée. Mettez-la régulièrement à jour si de nombreuses personnes vous posent les mêmes questions.

N'oubliez pas que vous êtes en concurrence avec d'autres sociétés sur Internet et, selon les services ou produits que vous proposez, les clients potentiels peuvent avoir un large éventail de choix à leur disposition. Ils sont toujours à un clic de quitter votre site pour aller ailleurs. Attirez l'attention sur votre argument clé de vente.

INCLUEZ DES TÉMOIGNAGES

Demander des témoignages à vos clients pour les inclure sur votre site est une excellente idée. Rien n'augmente autant la confiance dans l'achat que de lire la bonne expérience de quelqu'un d'autre.

APPELEZ CLAIREMENT À L'ACTION

Une fois que vos clients ont parcouru vos produits et services, vous voulez qu'ils fassent quelque chose:

acheter, visiter votre magasin, demander un devis ou s'inscrire pour de futures offres. Faites leur bien comprendre ce que vous voulez qu'ils fassent avant de quitter votre site et rendez évidente la manière de le faire.

Si vous voulez que quelqu'un achète en ligne, il existe différents dispositifs de commercialisation pour inciter à la vente et encourager les clients à revenir et acheter de nouveau. Par exemple, une réduction intégrée pour les premiers acheteurs, qui implique de laisser son e-mail pour les remercier de leur commande et leur dire par la même occasion qu'ils bénéficieront d'une réduction lors de leur prochain achat.

Les sites de commerce en ligne utilisent typiquement des options « Ajouter au panier » et « Commander » qui vous incitent à ajouter des articles lorsque vous naviguez. Assurez-vous que ces options sont clairement visibles un peu partout sur votre site et à tout moment.

Si vous voulez que les gens viennent dans votre magasin ou réservent dans votre restaurant, vous devez leur proposer une offre. Cela peut être un coupon de réduction à imprimer ou à enregistrer sur leur smartphone. Il y a de nombreuses façons d'ajouter de la valeur ajoutée à une visite et d'encourager l'interaction.

INTÉGREZ LES BASES DU RÉFÉRENCIEMENT

L'optimisation d'un site pour les moteurs de recherche est un vaste sujet. En substance, cela implique de prendre des mesures pour s'assurer que votre site web est mieux placé sur les pages de résultats de recherches que les sites de vos concurrents, lorsque des personnes recherchent des produits ou services spécifiques. L'optimisation peut se faire de différentes manières (il y a des professionnels qui sont entièrement dédiés à ce type de marketing), mais de nombreux outils basiques et astuces sont à la disposition des débutants.

VOIR AUSSI:

Outils de référencement gratuits

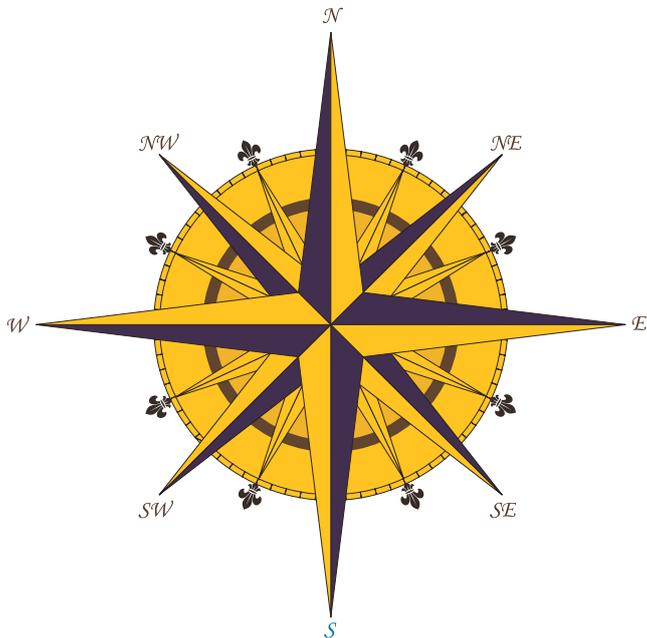
Chapitre 10



**CRÉER SON
RESEAU & OBTENIR
DES CONTACTS
COMMERCIAUX DE
QUALITE**

■ CHAPITRE 10

CRÉER SON RESEAU & OBTENIR DES CONTACTS COMMERCIAUX DE QUALITE



NOUS VIVONS DANS UN MONDE DE RÉSEAUX: QUELLE QUE SOIT VOTRE ENTREPRISE, RENCONTRER DES GENS EN PERSONNE OU EN LIGNE S'AVÈRE SOUVENT INESTIMABLE.

SI VOUS VOULEZ COMMANDER UN SERVICE POUR VOTRE ENTREPRISE OU TROUVER UN FOURNISSEUR, ALORS IL N'Y A RIEN DE MIEUX QUE LA RECOMMANDATION.

Rencontrer des personnes et établir de nouvelles relations permet souvent de générer des affaires. Même si les gens que vous rencontrez ne sont pas eux-mêmes des clients potentiels, il est possible qu'ils en connaissent et puissent les orienter.

Le simple fait d'avoir une conversation intéressante signifie que vous avez établi une connexion avec quelqu'un, qui parlera probablement de vous à d'autres personnes.

DEMANDEZ-VOUS...

- QUI SONT MES MEILLEURS PROSPECTS?
- OÙ PUIS-JE LES RENCONTRER?

ASSISTEZ À DES SALONS POUR TROUVER LES BONS FOURNISSEURS

Les salons professionnels sont d'excellents endroits pour sonder le marché, nouer des contacts et trouver de nouvelles idées. Si vous cherchez des fournisseurs, vous pouvez en rencontrer beaucoup au même endroit, passer en revue ce qu'ils proposent et parler à leurs représentants commerciaux.

En tant qu'exposant, les salons sont de bons endroits pour attirer l'attention sur votre entreprise. Toutefois, si votre budget marketing est limité, ils peuvent représenter un investissement lourd avec beaucoup de coûts cachés. Ces derniers peuvent inclure l'accès à l'électricité, à une connexion haut-débit et la location de mobilier de base. Même pour un petit stand, il n'y a pas de garantie que vous couvrirez vos coûts.

Le mieux est de visiter les salons sélectionnés avant de décider lesquels vous aideront le plus à faire progresser votre entreprise. Vous pouvez alors établir un calendrier et choisir quels salons vous aller visiter, et auxquels vous aller exposer. Si vous contactez très tôt la société qui gère le salon et lui montrez votre intérêt, vous pourrez peut-être obtenir un tarif préférentiel anticipé ou, si vous êtes prêt à vous engager, un rappel un peu plus tard pour vous proposer une offre. Souvenez-vous que ce sont aussi des commerciaux, donc négociez!

VOIR AUSSI:

Réussir sa participation à un salon professionnel

LISEZ DES REVUES SPÉCIALISÉES

Les magazines spécialisés sont une excellente source de nouvelles de l'industrie, d'idées et d'informations qui vous aideront à vous tenir au courant des dernières avancées dans votre secteur. Si votre domaine est couvert par une publication spécialisée, prenez soin de la lire régulièrement.

DÉCOUVREZ LES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES OU LES FÉDÉRATIONS D'INDUSTRIES

Les associations professionnelles sont conçues pour promouvoir les bonnes pratiques dans leur secteur. S'il y en a une dans votre domaine, envisagez de la rejoindre. Vous y trouverez sûrement d'excellentes sources d'informations et d'aide.

VOIR AUSSI:

Les Fédérations professionnelles

TROUVEZ UN MENTOR

Si vous levez des fonds auprès d'investisseurs, ces derniers ont tout intérêt à vous aider à réussir. Même s'ils ne jouent pas un rôle actif dans l'entreprise, ils seront souvent ravis d'être une oreille attentive ou d'écouter vos idées. En prime, si votre investisseur est un mentor, il vous aidera à identifier les problèmes et comprendre les opportunités lorsqu'elles se présentent. L'avantage supplémentaire est que si vous avez besoin d'un autre financement, il sera plus susceptible de le comprendre et de vous soutenir.

Si vous n'avez pas d'investisseur, essayez de trouver quelqu'un qui endossera ce rôle de mentor. Cela peut être quelqu'un que vous connaissez et qui a réussi dans les affaires, ou quelqu'un que vous trouverez par le biais d'un service de mentorat. En France, de nombreux organismes le proposent, comme l'Accélérateur.

VOIR AUSSI:

- Accompagnement des entreprises, le mentorat fait école (*article*)
- Mentorat, un échange de bons procédés (*article*)

Chapitre 11



**CONSTRUIRE
UNE
STRATEGIE
MARKETING**

■ CHAPITRE 11

CONSTRUIRE UNE STRATEGIE MARKETING



CRÉEZ L'IDENTITÉ DE VOTRE ENTREPRISE

VOIR AUSSI:

L'identité de votre entreprise: visez juste dès le départ (*article*)

CONCEVOIR VOTRE STRATÉGIE MARKETING

Comme pour n'importe quel plan, vous devez avoir une stratégie pour aller d'un point A à un point B. Après avoir créé votre business plan, vous devriez avoir une bonne idée de la direction à prendre et comment y parvenir. Il est temps d'étoffer tout cela en affûtant votre stratégie marketing.

VOIR AUSSI:

Bâtir son plan marketing (*article*)

CRÉER DES ÉTAPES QUANTIFIABLES

Planifier et budgéter sont une suite naturelle à votre business plan d'origine. Si vous vous fixez des jalons et des objectifs dès le début, alors vous savez quels buts vous souhaitez atteindre et pouvez les évaluer.

SURVEILLEZ LES FACTEURS EXTÉRIEURS: LES NOUVEAUX MARCHÉS, LES NOUVEAUX PRODUITS, LES NOUVELLES TENDANCES

Le succès et l'échec peuvent être des éléments inconstants. Dans un marché mondialisé, les nouveaux développements, idées et opportunités peuvent naître du jour au lendemain. Il est important de faire preuve de souplesse, de suivre ce que fait la concurrence et ce qui influence le marché. Vous devez être prêt à ajuster votre entreprise et à la faire évoluer. L'avantage d'être une start-up, c'est que vous avez une plus grande flexibilité que les grandes entreprises. Rester vigilant peut vous aider à réagir aux changements et à accélérer le succès de votre nouvelle société.

CRÉEZ UN PLAN DE MARKETING SUR RÉSEAUX SOCIAUX

Facebook, Twitter et d'autres réseaux sociaux peuvent aider votre entreprise à faire entendre sa voix, à promouvoir votre marque, à permettre aux clients de commenter et à obtenir des recommandations. Pensez éventuellement à créer votre propre blog, ce que vous pouvez faire gratuitement (avec Wordpress, par exemple).

VOIR AUSSI:

- Comment définir votre plan marketing sur les réseaux sociaux (*article*)
- Réseaux sociaux d'entreprise (*Livre Blanc*)

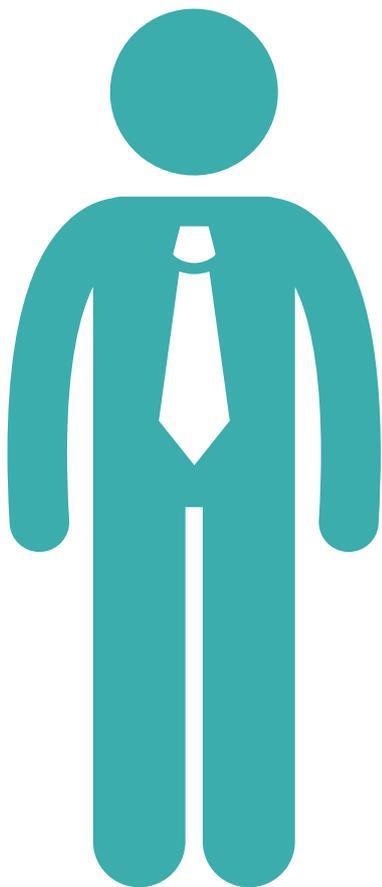
Chapitre 12



**EMBAUCHER
DES
EMPLOYES**

■ CHAPITRE 12

EMBAUCHER DES EMPLOYÉS



LES EMPLOYÉS SONT L'INVESTISSEMENT LE PLUS IMPORTANT, ET SOUVENT LE PLUS CHER, EFFECTUÉ PAR DE NOMBREUSES ENTREPRISES. SE TROMPER DANS L'EMPLOI DE CERTAINES PERSONNES, DANS CE QUE VOUS LEUR PROPOSEZ ET DANS VOTRE MANIÈRE DE LES MANAGER PEUT VOUS COÛTER TRÈS CHER SI VOUS VOUS Y PRENEZ MAL.

Beaucoup d'entreprises utilisent désormais plus de personnel intérimaire ou temporaire que d'employés permanents. Cela leur donne plus de flexibilité pour développer ou réduire leur activité en fonction de la

demande, surtout si l'entreprise est sur un marché saisonnier. Pour atténuer le risque, vous pouvez prévoir d'employer des personnes avec des contrats à court terme et d'évaluer leur potentiel avant de leur offrir un poste permanent.

Vous pouvez aussi envisager l'externalisation. De nombreux comptables gèrent le fonctionnement de tous les services pour leurs clients. Cela peut inclure la gestion des ventes, des registres d'achats, le contrôle du crédit et la gestion de la masse salariale. Le gros avantage de l'externalisation est que cela vous donne un prix fixe pour gérer tous les aspects du contrôle financier de votre entreprise, ce qui vous permet de vous concentrer sur vos propres efforts dans un autre domaine. Si vous n'êtes pas satisfait du service, vous pouvez toujours changer de prestataire.

RECRUTER & EMBAUCHER DES EMPLOYÉS

Trouver et embaucher les bonnes personnes pour votre entreprise peut prendre beaucoup de temps. Si vous pouvez vous le permettre, ayez recours à une agence de recrutement ou de chasseurs de têtes. Une autre alternative est d'utiliser la grande variété de canaux de recrutement disponibles, des sites d'offres d'emplois aux réseaux professionnels, comme LinkedIn ou Viadeo. Sachez que vous pouvez obtenir des aides spécifiques (sous forme de réductions de charges sociales et de primes à l'embauche) pour l'emploi de certaines catégories de travailleurs (jeunes, zones défavorisées, etc.)

VOIR AUSSI:

- Recruter du personnel (*dossier*)
- Embaucher mon premier salarié (*article*)

RÈGLEMENTATIONS

Dès que votre entreprise s'agrandira, vous devrez tenir compte du droit du travail. Les différends peuvent coûter très cher à une entreprise et un employeur peut voir son entreprise tenue pour responsable, même lorsque le litige n'est pas spécifiquement lié au travail (par exemple, lors d'une allégation de harcèlement sexuel).

VOIR AUSSI:

- Les immatriculations et déclarations obligatoires (*site officiel*)
- Les obligations de l'employeur lors de l'embauche

PRENDRE EN CHARGE DE NOUVEAUX EMPLOYÉS

Lorsque vous commencez à employer des personnes, vous devez effectuer un certain nombre de contrôles, comme leur droit de travailler en France et quelles charges vous devrez prévoir pour leurs salaires selon le type de contrat que vous passez avec eux.

VOIR AUSSI:

Tableau récapitulatif des aides au recrutement

CONTRAT ET DÉCLARATION UNIQUE D'EMBAUCHE

Toute embauche, quelle soit temporaire ou en CDI, à temps partiel ou temps complet, implique la signature d'un contrat avec l'employé. Celui-ci doit faire référence au Code du Travail et établir les différentes modalités du poste concerné. Salaire, prises en charges diverses, lieu et temps de travail, intitulé du poste, congés... les modalités d'emploi ont été facilitées avec la mise en place de la DUE, la Déclaration Unique d'Embauche.

MENER UN ENTRETIEN D'EMBAUCHE

Lorsque vous recevez des candidats en entretien d'embauche, il est important de se rappeler que c'est un processus à double sens: vous les évaluez en tant qu'employés potentiels, mais eux vous évaluent aussi, vous et votre entreprise, en tant qu'employeur potentiel.

Pour tirer le meilleur parti des entretiens d'embauche et recruter les meilleurs candidats, il est important d'être clair sur ce que vous attendez d'eux et sur ce que vous offrez en retour. La clé du succès de l'entretien est la préparation. Assurez-vous d'avoir mis du temps de côté pour le préparer et pour mener correctement vos entretiens.

VOIR AUSSI:

Quelles sont les étapes essentielles pour bien mener un entretien d'embauche? (*article*)

CONSTRUIRE ET DIRIGER UNE ÉQUIPE

Une entreprise est à l'image des personnes qui travaille pour elle. Leur bien-être, leur motivation et la capacité à travailler en équipe se ressentiront toujours, depuis la production jusqu'aux interactions avec les clients. L'une des réalisations les plus satisfaisantes pour un entrepreneur est de construire une équipe géniale. Votre entreprise compte pour vous et est au cœur de votre vie. C'est un sentiment incroyable que de réaliser que d'autres personnes prennent également votre rêve à cœur.

VOIR AUSSI:

Les qualités d'un bon manager (*article*)

Chapitre 13



**DECROCHER
DES CLIENTS
ET DES
VENTES**

■ CHAPITRE 13

DECROCHER DES CLIENTS ET DES VENTES



SANS LES VENTES, IL N'Y A PAS DE REVENUS, ET SANS REVENUS L'ENTREPRISE S'ÉCROULE RAPIDEMENT.

CLIENTS ET TRAFIC CONTRE REVENUS ET BÉNÉFICES

Certaines entreprises, souvent connues pour leur consommation excessives de fonds, ne cherchent pas à vendre ou même à dégager des recettes pendant les premiers temps qui suivent le démarrage (voire même jamais).

C'est typiquement le cas de compagnies Internet comme Skype et Facebook. Certaines start-ups ne s'attendent pas à gagner de l'argent mais sont conçues pour générer un énorme trafic, constituer une importante base d'utilisateurs et être rachetées par une plus grosse société. Pinterest, racheté par Facebook pour un milliard de dollars, est un exemple extrême de ce modèle! Si vous prévoyez une entreprise de ce type, vous aurez certainement besoin de financements extérieurs. Votre business plan devra convaincre les investisseurs que votre produit ou service a une stratégie claire pour atteindre une valeur élevée de sortie.

RETOUR DANS LE MONDE RÉEL - LES ENTREPRISES QUI FOND DU PROFIT

Si l'entreprise que vous avez prévue est plus classique que le cas précédent, alors les ventes seront au cœur

de votre fonctionnement. Vous devrez choisir parmi une large palette d'outils marketing pour atteindre votre cible. Trouver ceux qui vous conviennent dépend beaucoup de votre type d'affaires, de vos projections de croissance, de vos clients cibles et de votre budget.

FAITES DE LA PUBLICITÉ

Faire de la publicité varie considérablement en termes de coûts et de complexité. Si vous lancez un projet d'envergure, vous pouvez utiliser la TV, la radio, les affiches ou la presse nationale. Pour de la publicité en ligne, les solutions de pay-per-clic, de bannières publicitaires et d'affichage sont quelques unes des nombreuses options. Pour de plus petites entreprises, la presse, la radio et les brochures locales sont de bonnes options.

OBTENEZ DES RECOMMANDATIONS

Les ventes issues de recommandations sont souvent les meilleurs. Pas seulement parce que cela signifie qu'un client vous approche, mais parce que si la vente est bien gérée, il y a de grandes chances qu'il devienne un consommateur régulier. Les références et recommandations peuvent provenir de nombreuses sources, comme le réseautage, les clients satisfaits et des partenaires commerciaux.

PASSEZ UN ACCORD AVEC UN TIERS BÉNÉFICIAIRE

Ce type d'arrangement consiste à trouver une société qui évolue dans le même secteur que vous, ou qui a accès à des clients potentiels pour vos affaires. En rémunérant le mailing ou en offrant une réduction spécifique, cette société relaie votre offre auprès d'un large public ou d'un public ciblé et vous permet de recruter de nouveaux clients. Ce système peut passer par un pourcentage des ventes reversé à votre partenaire. Vous pouvez aussi envisager le sponsoring, les bons, le soutien d'opérations...

CRÉEZ DES ALLIANCES STRATÉGIQUES

Une alliance stratégique peut différer d'une relation avec un tiers bénéficiaire. Par exemple, si vous dirigez une société technologique, vous pouvez allier vos technologies à celles d'une autre compagnie pour créer une nouvelle gamme de produits. De même, une entreprise avec un même profil sur le marché et installée dans un autre pays, et aux produits non concurrents des vôtres, peut être un excellent partenaire. Un tel partenariat offre aux deux parties l'accès à un nouveau marché, sans tous les frais de mise en place dans un pays étranger.

Un autre exemple simple et local peut être la création d'une alliance entre une chambre d'hôtes qui ne sert

pas de dîner et un restaurant local qui ne propose pas de chambres. Dans cet exemple, les deux partenaires bénéficient de leur accord en échangeant des opportunités d'obtenir de nouvelles ventes et des revenus supplémentaires.

VOIR AUSSI:

Les alliances stratégiques (*dossier*)

TECHNIQUES DE VENTE

Chaque entreprise a un certain nombre de canaux de distribution qui s'offrent à elle. Selon le type d'entreprise et son budget, les différents canaux sont plus ou moins pertinents.

VENTES & OUTILS CRM

La gestion de la relation client (CRM en anglais) peut se gérer à l'aide de nombreux outils en ligne qui permettent à votre entreprise de suivre précisément ses clients potentiels. Ils sont un excellent moyen de coordonner le travail commun d'une équipe et, pour un responsable des ventes, de garder le contrôle. Ils aident à diriger les flux, prévoir et analyser les performances.

VOIR AUSSI:

12 solutions de CRM open-source pour les entreprises (*article*)

VENTE DIRECTE

Les ventes directes peuvent prendre diverses formes, du porte-à-porte au rendez-vous organisé. Souvent, les ventes directes s'organisent sur une base de commissions, mais cela dépend de la nature de votre entreprise. Les entreprises typiquement basées sur la vente directe sont celles qui traitent directement avec les ménages. Par exemple: l'installation de double vitrage, de chauffage solaire et de haut débit.

VENTE EN GROS

Si vous fabriquez des produits, il est possible que vous cherchiez à les vendre en gros aux détaillants et à générer des revenus par des canaux de distribution déjà bien installés. Dans certains cas, vous pourrez créer une entreprise entièrement tournée vers la vente en gros. Votre affaire assemble plusieurs produits, probablement issus de plusieurs fabricants, et les fournit ensuite aux détaillants. Ces derniers réalisent leur profit avec une marge sur vos propres prix (souvent à hauteur de 100% du prix), ce qui fait que le produit final en magasin peut être le double du vôtre (plus la TVA).

L'argument clé de vente de votre entreprise peut naître de nombreux facteurs: des produits issus d'un pays spécifique, une licence exclusive passée avec certains producteurs, des prix plus bas que la concurrence en raison d'importants volumes de commandes, ou une expertise particulière qui ajoute de la valeur ajoutée à vos produits.

TÉLÉVENTE

Il existe deux formes de télévente:

A. APPELS ENTRANTS

Cette forme consiste à tenir une ligne téléphonique pour répondre aux appels des clients potentiels, parfois 24h/24, et plus généralement pendant les heures de pointe, de 8 heures à 20h.

Le numéro de téléphone pour un service ou un produit est mis en avant, généralement sur un site Web ou avec de la publicité, souvent accompagné d'une promotion ou toute autre proposition commerciale. Les clients appellent et, comme vous leur proposez une offre intéressante, la vente est souvent conclue à ce moment. L'assurance est un exemple, tout comme d'autres entreprises, comme les services locaux de livraisons de fioul à domicile. Les petites entreprises où les appels entrants sont une source importante de revenus sont les services de livraisons de pizza ou les fleuristes.

B. APPELS SORTANTS OU DÉMARCHAGE TÉLÉPHONIQUE

Si vous dirigez une entreprise B2B avec une équipe de vente, appeler une entreprise est tout à fait normal. Cela peut être pour organiser des rendez-vous commerciaux ou recueillir des informations (par exemple, prendre contact avec le responsable des achats). Certaines sociétés ont des politiques strictes en matière de divulgation de renseignements, et il est devenu plus difficile de créer des contacts.

Si vous importez des fleurs, par exemple, vouloir parler aux fleuristes ne posera a priori pas de problème. Toutefois, les grandes entreprises ont souvent une politique d'approvisionnement et vous aurez quasi certainement à passer par un processus préétabli pour devenir un fournisseur officiel.

La prospection téléphonique est un proche parent des ventes directes en porte-à-porte, et est aussi souvent utilisée afin de décrocher des rendez-vous pour les commerciaux de terrain. D'autres compagnies, comme les sociétés d'assurances ou les agences immobilières, utilisent souvent le démarchage téléphonique et des techniques de vente sous

pression, c'est-à-dire qu'elles n'acceptent aucun refus.

Ces dernières années, le démarchage des consommateurs à domicile par téléphone a développé une très mauvaise réputation. Cela vient du nombre important d'appels, qui sont ressentis comme des arnaques par les propriétaires, en particulier lorsqu'ils proviennent de centres d'appels à l'étranger. Il existe désormais des règles strictes sur la prospection téléphonique, qui est encadrée par la loi Pacitel. Des poursuites peuvent être engagées si vous ne respectez pas la réglementation.

VOIR AUSSI:

Que dit la loi sur le démarchage téléphonique?

VENTES EN B2B

Certaines sociétés et produits ciblent spécifiquement le marché des entreprises. C'est ce que l'on appelle le commerce B2B, de business à business, c'est-à-dire entre professionnels. Dans la plupart des cas, cela nécessite une approche différente de la vente aux consommateurs (B2C).

Les ventes en B2B sont un marché important, mais la règle d'or est de vous assurer de bien identifier le décideur d'une entreprise. Si vous n'êtes pas sûr, posez la question. Vous pouvez perdre énormément de temps et d'argent en parlant à la mauvaise personne. S'ils ne peuvent pas signer un ordre, ou du moins faire une recommandation à la personne qui signe un bon de commande, vous perdez votre temps.

VOIR AUSSI:

5 tendances qui vont influencer les stratégies marketing en 2013 (*article*)

CONSEILS SUR LE SERVICE CLIENT

Le meilleur client est le client qui revient. Beaucoup de petites entreprises, comme les bouchers, les boulangers ou les bars ont une base de clients très fidèles, mais toute entreprise devrait essayer de faire de chaque client un client heureux. L'une des meilleures opportunités de laisser une bonne impression est de résoudre un problème ou une question particulière. Il est bien connu que les clients qui ont eu une réponse à leur problème, ou une plainte traitée rapidement et résolue efficacement et avec politesse, deviennent souvent d'ardents défenseurs de l'entreprise qui s'est montrée réactive. Ils recommandent la société à leurs amis ou leur disent à quel point votre société a su résoudre leur problème. Ne pas avoir de service client clairement structuré, avec des lignes directrices sur la résolution

des problèmes, peut avoir un effet négatif important, tant sur la perception de la clientèle que sur le moral du personnel.

VOIR AUSSI:

- 45 conseils et astuces pour améliorer son service client (*article*)
- 8 stratégies pour améliorer le service à la clientèle (*article*)

■ LA FIN

**FÉLICITATIONS, VOUS AVEZ
TERMINÉ LE GUIDE DU DÉBUTANT
POUR DÉMARRER UNE ENTREPRISE
EN FRANCE.**

**MAINTENANT, LANCEZ-VOUS ET
RÉALISEZ VOS PROJETS!**

Si vous avez apprécié ce guide, aidez les autres en le partageant!

Voir la version en ligne.



Produit par



Design:

Conquer