

Filière : Génie civil
Cycle : Licence
Spécialité : Génie civil
Semestre : S6

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أبي بكر بلقايد – تلمسان كلية التكنولوجيا
قسم الهندسة المدنية

MATIERE : **GS601**

Entrepreneuriat et management d'entreprise

CHAPITRE 04

Trouver une bonne idée d'affaires

Mr Fethi HAMZAOUI (hamzaouifethi@yahoo.fr)

Mr Abderrahmane BENAMAR (benamaruniv@yahoo.fr)

Trouver une bonne idée d'affaires :

1) La créativité :

2) L'innovation



1) Comment trouver une bonne idée pour se lancer dans une affaire ?

- 1 – Que savez-vous faire et surtout, qu'aimez-vous faire ? ...
- 2 – Quel est votre talent ? ...
- 3 – Faites fonctionner votre esprit critique ! ...
- 4 - Soyez curieux **pour trouver** l'inspiration ! ...
- 5 - Observez les concepts qui marchent à l'étranger !

a – Que savez-vous faire et surtout, qu'aimez-vous faire ?

Il est souvent plus simple de créer dans le secteur ou le métier que l'on maîtrise, car dans un tel cas :

- vous savez si l'idée est réaliste,
- vous connaissez le secteur et les règles du jeu,
- vous maîtrisez le savoir-faire technique,
- Vous avez le bon "carnet d'adresses" pour avancer rapidement.

b – Quel est votre talent ? Ecoutez ce que les autres disent de vous !

- "Tu es vraiment doué pour..."
- "Moi, je te verrais vraiment dans..."
- "Tu n'as pas ton pareil pour..."
- "Peux-tu m'aider à..."

Vous avez déjà entendu ce genre de propos ? Cela signifie que vous avez un talent que vous pourriez parfaitement exploiter en créant une entreprise.

c – Faites fonctionner votre esprit critique !

Lorsque vous achetez quelque chose ou que vous utilisez un objet ou un service, demandez-vous : est-ce le meilleur produit, le plus efficace, le moins cher, le plus sûr, le plus pratique ?

Quels sont ses défauts ? Quels sont ses points d'amélioration ? Recherchez des solutions pour l'améliorer : cela pourra vous inspirer et vous donner de nombreuses idées !

la créativité

La créativité :



La créativité décrit, en général, la capacité d'un individu à **imaginer ou construire** et mettre en œuvre un **concept neuf**, un objet nouveau ou à **découvrir une solution** originale à un problème.

d - Soyez curieux pour trouver l'inspiration !

Rendez-vous dans les salons professionnels qui sont en relation avec vos centres d'intérêt et repérez les innovations technologiques, nouveaux produits qui y sont présentés.

Lisez régulièrement les magazines, les revues professionnelles qui vous intéressent et surfez sur le web pour nourrir votre propre réflexion.

L'innovation

L'innovation



L'innovation

- **L'innovation** est la recherche constante d'améliorations de l'existant.
- L'innovation se traduit par la conception d'un **nouveau produit** ,service ,processus de fabrication ou d'organisation pouvant être directement mis en œuvre dans l'appareil productif et répondant aux besoins du consommateur.

La capacité à innover est un avantage compétitif majeur vis-à-vis des concurrents.

e - Observez les concepts qui marchent à l'étranger !

Un nouveau produit qui n'existe pas encore en Algérie ou un concept qui fait fureur dans un autre pays ? Il vous suffit d'importer l'idée ou de l'adapter à la clientèle locale et le tour est joué !

2) Analyse SWOT, l'outil stratégique

Le **SWOT** : définition

Réaliser un **SWOT** est une démarche qui s'appuie sur l'identification de vos Forces, vos Faiblesses, ainsi que les Opportunités et Menaces du marché

(en anglais : Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats – **SWOT**).

نقاط القوة نقاط الضعف الفرص المتاحة التهديدات أو الأخطار
المتوقعة

2) Analyse SWOT, l'outil stratégique

SWOT



STRENGTHS



WEAKNESSES



OPPORTUNITIES



THREATS

2) Analyse SWOT, l'outil stratégique

La matrice **SWOT** (**S**trengths, **W**eaknesses, **O**pportunities, **T**hreats) est un puissant outil pour évaluer son positionnement stratégique et orienter la démarche de progrès.

Bien conduite, cette analyse permet en effet d'évaluer ses forces et ses faiblesses, de lister les menaces et de détecter les opportunités.

Strengths : Forces

Weaknesses : Faiblesses

Opportunities : Opportunités

Threats : Menaces

Nous étudierons la méthode en **7 étapes** pour réaliser et réussir une analyse SWOT express et pertinente.

Le principe SWOT :

La matrice SWOT consiste en un tableau à quatre cases, où l'on range après identification, les forces et les faiblesses de l'entreprise, les menaces pesant sur elle à court ou moyen terme tout comme les opportunités potentielles. Cet outil est rapidement devenu un incontournable de la démarche stratégique.



La matrice SWOT

1^{ère} étape : Une enquête de terrain :

Mobilisez largement et invitez un maximum d'acteurs de l'entreprise à participer à l'étude.

« Brainstorming »





Une enquête de terrain : QQOQCCP

**J'ai 7 honnêtes serviteurs. Ils
m'ont appris tout ce que je sais.
Leurs noms sont :**

**Qui, Quoi, Où, Quand, Comment,
Combien, Pourquoi ?**

Rudyard KIPLING

2ème étape : La préparation :

Chaque participant à l'étude se voit remettre un pré-modèle de l'analyse SWOT où sont listées les informations connues et généralement admises.

Chacun prend le temps de commenter et de réfléchir aux forces, faiblesses, menaces et opportunités telles qu'il les perçoit de son poste d'observation. Il confronte ses idées avec ses collègues de travail.



3ème étape : Établir les règles de la confrontation d'idées :

Comme pour toute rencontre efficace, d'entrée de jeu l'animateur précise les règles :



Chacun a le droit de s'exprimer.



Toute idée proposée est par principe une bonne idée tant qu'elle n'a pas été dépassée par une idée plus fédérative.



Les responsabilités ne sont pas encore fixées, il n'y a donc aucun risque de s'engager et à proposer une idée (*d'expérience, cette règle est peut-être la plus délicate à faire admettre*).

4ème étape :

On identifie les forces :



Approcher et organiser les apports de chaque participant par similarité. Chacun peut argumenter pour défendre sa suggestion si nécessaire.

C'est pour cela qu'il est indispensable d'inciter les participants à bien soigner la phase de préparation pour construire sa batterie d'arguments.

5ème étape : On identifie les faiblesses :

C'est une opération un peu plus délicate.

Exemple le manque de personnel compétant
ou personnels inexpérimentés.



6ème étape : On identifie les menaces et les opportunités :

le pessimisme et l'optimisme entre en jeu.

Ce qui peut sembler une menace pour les uns sera une source d'opportunité pour les autres



OPPORTUNITIES



THREATS

7ème étape : On précise les priorités :

On classe les résultats de chacune des quatre rubriques par degré d'importance et d'urgence.

Cet arbitrage est nécessairement un travail d'équipe.

La synthèse :



il s'agit d'identifier :

- › Les forces les "plus" solides sur lesquelles s'appuyer pour aller de l'avant (et saisir les opportunités)
- › Les faiblesses les "plus" handicapantes à régler sans tarder (pour se protéger des menaces)
- › Les menaces les "plus" dangereuses à prévenir
- › Les opportunités les "plus" judicieuses à saisir



3) Comment détecter et évaluer une opportunité d'affaire ?

Une **opportunité** c'est avant tout un potentiel de faire des **affaires**.

On apporte une valeur au projet si on a :

- Les contacts dans le marché visé ;
- Les compétences ou la crédibilité sur le marché visé ;
- Les fonds nécessaires.

1- Les contacts dans le marché visé ;

Aller à la découverte de votre environnement (**SWOT**) vous aidera à vous situer. Osez frapper aux portes, demander des rendez-vous.

ENVIRONNEMENT DES ORGANISATIONS

```
graph TD; A[ENVIRONNEMENT DES ORGANISATIONS] --> B[TASK ENVIRONMENT]; A --> C[GENERAL ENVIRONMENT]; B --> D[ENVIRONNEMENT SPECIFIQUE ; FORCES EN PRESENCE]; C --> E[ENVIRONNEMENT GENERAL]; D --> F[CLIENTS<br/>DISTRIBUTEURS<br/>FOURNISSEURS<br/>CONCURRENTS]; E --> G[ENVIRONNEMENT JURIDIQUE<br/>ENVIRONNEMENT POLITIQUE<br/>ENVIRONNEMENT ECONOMIQUE<br/>ENVIRONNEMENT SOCIOCULTUREL<br/>ENVIRONNEMENT DEMOGRAPHIQUE<br/>ENVIRONNEMENT TECHNOLOGIQUE<br/>ENVIRONNEMENT NATUREL];
```

TASK ENVIRONMENT

ENVIRONNEMENT SPECIFIQUE ;
FORCES EN PRESENCE

CLIENTS
DISTRIBUTEURS
FOURNISSEURS
CONCURRENTS

GENERAL ENVIRONMENT

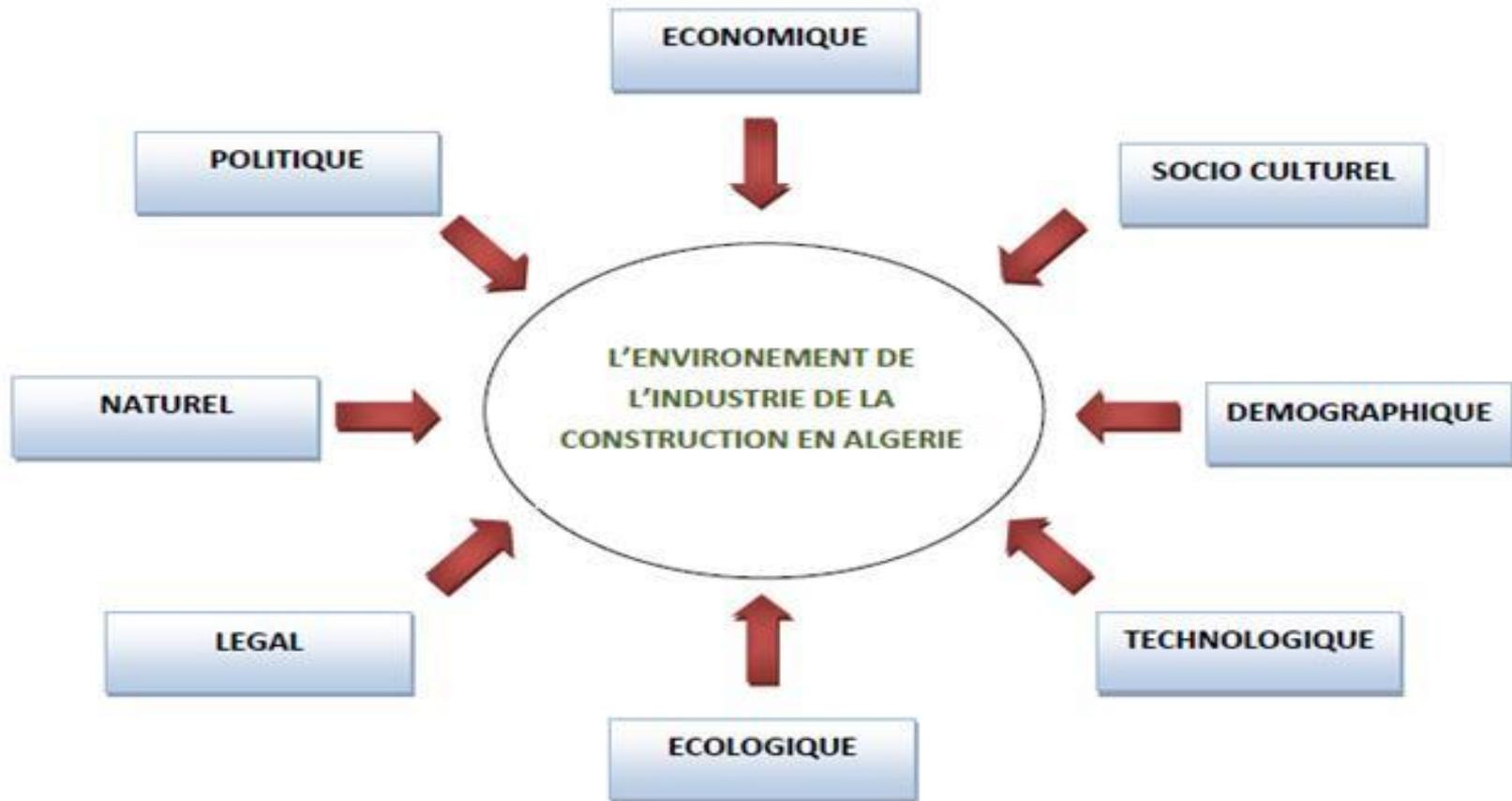
ENVIRONNEMENT GENERAL

ENVIRONNEMENT JURIDIQUE
ENVIRONNEMENT POLITIQUE
ENVIRONNEMENT ECONOMIQUE
ENVIRONNEMENT SOCIOCULTUREL
ENVIRONNEMENT DEMOGRAPHIQUE
ENVIRONNEMENT TECHNOLOGIQUE
ENVIRONNEMENT NATUREL

TASK ENVIRONMENT



L'ENVIRONNEMENT GLOBAL



1- Les contacts dans le marché visé ;

Plus concrètement, vous aurez fait le tour de l'état des lieux si vous êtes en mesure de répondre aux questions suivantes :

- Comment ça marche ? Moyens, coûts, compétences, procédures, réglementations, délais...
- Qu'est-ce qui ne marche pas ? La localisation, la disponibilité du public, les contraintes techniques, juridiques...
- Quels sont les moyens dont je dispose ? Autofinancement, compétences, disponibilité, carnet d'adresses, expérience préalable...
- Quels sont les moyens qui me manquent ? Matériels, humains, financiers...

1- Les contacts dans le marché visé ;

- Qui sont les principaux acteurs ? Services municipaux, services de l'Etat, associations locales, entreprises, professionnels... (que font-ils ? Quelles sont les ressources dont ils disposent qui pourraient servir mon projet ?).
- Qui sont les partenaires potentiels ? Ceux vers qui je vais aller en priorité.
- Quel est l'état de la concurrence ? Qui sont mes principaux concurrents et qu'est-ce qui fait la différence ?

2- Les compétences ou la crédibilité sur le marché visé ;

Assurez-vous d'avoir au moins les bases des compétences requises. Formez-vous si nécessaire.

Si le temps vous manque, trouvez ces compétences chez un ou des coéquipiers. Sinon, sous-traitez ce que vous ne savez pas faire.

3- Les fonds nécessaires

A savoir combien va coûter votre projet (**les dépenses**) et si vous êtes en mesure de réunir les financements nécessaires (**les recettes**).

Le budget prévisionnel doit refléter fidèlement l'analyse de vos besoins et les ressources que vous avez ou que vous comptez réunir pour les satisfaire.

EXEMPLE

Dépenses TTC	Dinars	Recettes TTC	Dinars
<p>Installation du local Travaux (plomberie, électricité, peinture, sol) 2 134 € Mise aux normes de sécurité 823 € Équipement mobilier (tables, chaises, placards) 1 951 €</p> <p>Frais de fonctionnement 1^{ère} année Assurance 274 € Électricité 762 € Loyer et charges (350 x 12mois) 4 200 € Publicité 671 €</p> <p>Matériel pour activités Achat de 4 ordinateurs avec les logiciels 4 800 € Documentation, abonnement 600 € Intervention de professeur (60 heures x 15€) 900 € Divers, imprévus</p> <p>Total : 18 615 euros</p>		<p>Apport financier Autofinancement (apport personnel) 732 € Mairie – mobilier (acquis) 1 200 € Conseil général (en cours) 2 000 € Association MJC (acquis) 915 € Association des commerçants du quartier (acquis) 1 220 € Mairie (50 du loyer) 2 742 € Société Ordinafort (50% sur les ordinateurs) 2 400 € Associations des professeurs (30 heures de cours offertes) 732 € Bénévolat valorisé rénovation du local (10 jours x 3 personnes x76€) 2 280 €</p> <p>RÉSULTAT INTERMÉDIAIRE 14 221 €</p> <p>Reste à trouver (18 615€ - 14 221€) 4 394 €</p>	

MERCI DE VOTRE AIMABLE ATTENTION

