

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

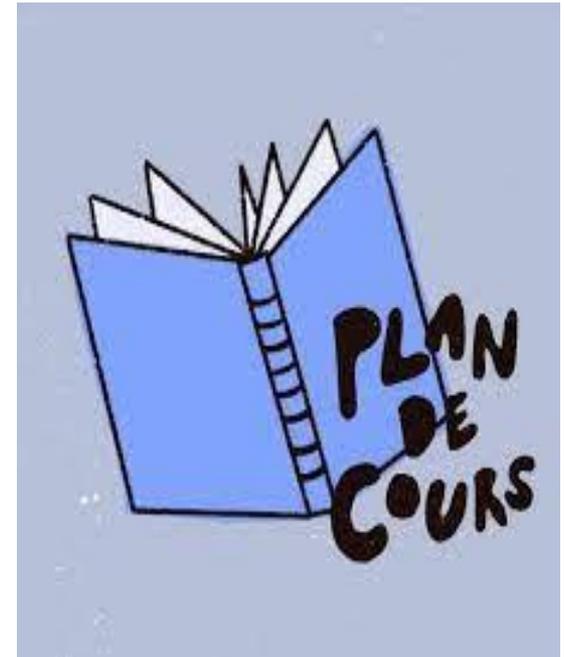
CHAPITRE 06

**Elaboration du projet
d'entreprise**

Mr Fethi HAMZAOUI

(hamzaouifethi@yahoo.fr)

PLAN DU COURS :



- Le Business Plan
- Le Business Model
- Réaliser son projet d'entreprise avec le Business Model Canevas

Business Plan



Business Plan

- Le business plan (ou plan d'affaires) est un **document écrit qui présente en détail votre projet de création entreprise**. Le business plan sera l'outil pour convaincre les banques et les investisseurs.
- Le **business plan est présenté comme un outil indispensable à la création d'entreprise pour accompagner l'entrepreneur dans toute cette démarche, notamment celle redoutée des banques.**
- Le business plan est bien plus qu'un document écrit (qui ne reste qu'un support), le business plan est un outil qui est **pitché, c'est-à-dire qui est présenté, qui demande un orateur et un auditoire.**

Business Plan



- Le business plan est un document essentiel de vingt pages environ, servant à la présentation synthétique et argumentée d'un projet entrepreneurial.
- Il englobe la stratégie, la vision, et les objectifs de l'entrepreneur, tout en confirmant la viabilité commerciale, économique, technique et financière du projet.

Business Plan



- La création du business plan ne se fait pas au tout début du processus de création d'entreprise, comme certains le pensent.
- En réalité, elle a lieu à la fin de la phase de conceptualisation du projet.
- Le business plan vient clôturer, coordonner et organiser toutes les recherches qui ont été faites auparavant pour pouvoir structurer le projet.

Que doit contenir un business plan ?

- **Présentation du projet** : cette section décrit l'objectif général du projet, son idée principale, sa mission et sa vision. Elle met en évidence les points clés du projet.
- **Produits et les services** : cette partie présente en détail les produits ou services que l'entreprise envisage d'offrir sur le marché. Elle décrit leurs caractéristiques, leurs avantages compétitifs, et leurs intérêts pour les clients ciblés.
- **Étude de marché** : l'étude du Marché est une analyse du secteur d'activité, de la demande et des tendances, de la concurrence et des clients potentiels.
- **Partie économique** : cette rubrique traite du modèle économique et de la stratégie.
- **Structure juridique** : c'est-à-dire la forme légale que prendra l'entreprise et les raisons de ce choix.
- **Données financières** : cette partie présente les projections financières de l'entreprise sur une période donnée (généralement sur trois à cinq ans). Elle comprend notamment le compte de résultat prévisionnel, le bilan prévisionnel et le plan de trésorerie

Exemple de business plan

- **Nom de l'entreprise :** *Verdura*
- **Description du projet :** *Verdura est un e-commerce spécialisé dans la vente de produits écologiques et durables. Notre mission est d'aider les consommateurs à faire des choix responsables en proposant une large gamme d'articles respectueux de l'environnement.*
- **Produits et services :**
 - *Produits d'hygiène pour bébés et enfants écologiques*
 - *Produits d'hygiènes naturels pour adultes*
 - *Produits de beauté et de soins personnels naturels et biologiques*
 - *Produits de nettoyage sans produits chimiques toxiques*
 - *Articles de cuisine en matériaux durables et recyclables*
- **Étude de marché :** *le marché des produits écologiques est en croissance constante en raison de la sensibilisation accrue aux problèmes environnementaux. Notre cible principale comprend les consommateurs âgés de 25 à 45 ans, sensibles aux questions environnementales. Ils font leurs courses sur Internet.*

Exemple de business plan

- **Structure juridique** : la structure juridique de Verdura est une société à responsabilité limitée (SARL).
- **Stratégie de marketing** : notre stratégie de marketing repose sur trois piliers :
 - 1 / **Marketing en ligne** : nous mettrons l'accent sur le marketing numérique pour atteindre notre public cible via les médias sociaux, la publicité en ligne ciblée et le référencement sur les moteurs de recherche.
 - 2 / **Contenu informatif** : nous créerons du contenu informatif et éducatif sur les produits écologiques, publié sur notre blog et partagé sur les réseaux sociaux pour renforcer notre crédibilité en tant qu'experts.
 - 3 / **Partenariats avec des influenceurs** : nous collaborerons avec des influenceurs et des personnalités qui partagent notre vision pour accroître notre visibilité et notre portée.

Exemple de business plan

- **Plan opérationnel** : nous opérerons principalement en ligne, en gérant notre e-boutique et en utilisant des services d'expédition pour livrer les produits à nos clients. Nous maintiendrons également un entrepôt pour stocker les marchandises et gérer les commandes. Le site Web de la boutique en ligne sera convivial et optimisé pour les appareils mobiles pour offrir une expérience d'achat fluide et agréable.
- **Plan financier** : nos principales sources de revenus proviendront des ventes de produits. Nous prévoyons un chiffre d'affaires progressif au cours des trois premières années et une augmentation des marges bénéficiaires à mesure que nous développons notre clientèle et optimisons nos opérations. Le financement initial sera assuré par les fondateurs et des investisseurs providentiels.

Business model

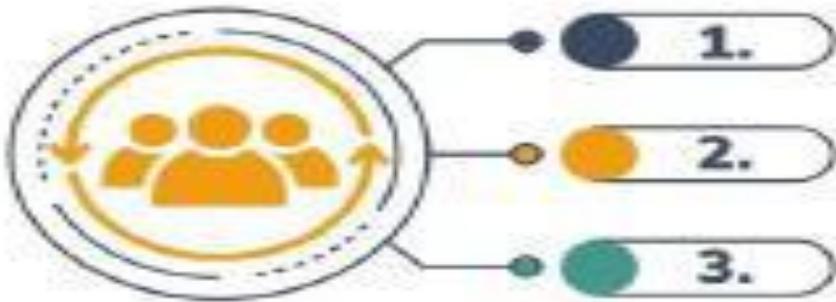
Un business model, appelé également modèle économique ou modèle d'affaires, décrit précisément **comment votre entreprise va gagner de l'argent.**

En pratique, cela revient à définir ce que vous allez vendre, auprès de quels clients, dans quel but, de quelle manière et pour quel bénéfice.

Business model

Le **business model** (ou **modèle économique** en français) est la façon dont l'entreprise génère son profit, tandis que le **business plan** ou **plan d'affaires** est un document présentant la stratégie de l'entreprise et ses implications financières pour les années à venir. Ainsi, le **business model** est au centre du **business plan**.

Business plan en 9 étapes



1. Rédiger son executive summary

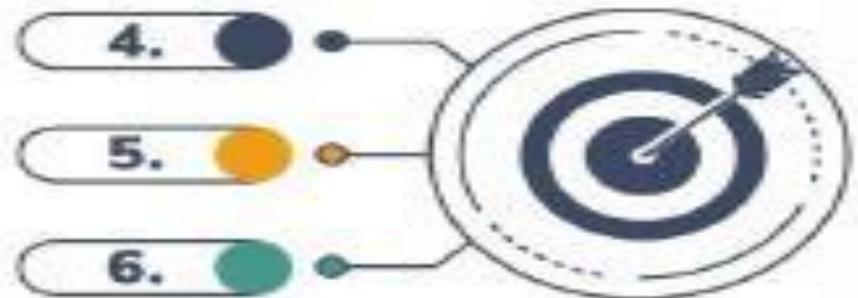
2. Présenter l'équipe fondatrice

3. Exposer les valeurs de son projet

Faire une étude de marché

Définir sa stratégie commerciale

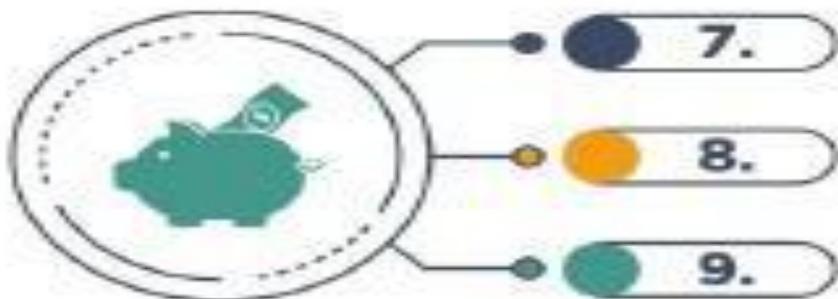
Déterminer sa stratégie de communication



4. Établir son business model

5. Choisir la forme juridique de son entreprise

6. Trouver des financements



7. Établir son business model

8. Choisir la forme juridique de son entreprise

9. Trouver des financements

Business model

Ce document permet de décrire votre **modèle économique**, ou **business model** (en anglais), en toute simplicité.

La méthode présentée est celle développée dans l'ouvrage :
Business Model Nouvelle Génération d'Alexander Osterwalder et Yves Pigneur.

Il permet de représenter en une seule page, au travers d'un canevas, l'ensemble de votre modèle économique.

Business Model Canvas

Partenaires Clés	Activités Clés	Proposition de Valeur	Relation Client	Segments Clients
	Ressources Clés		Canaux	
Structure de Coûts			Flux de revenus	



Le business model canvas d'Osterwalder

les 9 cases / composantes

1-Segments de clientèle : pour qui ?

2-Proposition de valeur : quoi et pourquoi ?

3-Canaux : comment ?

4-Relations avec les clients : comment ?

5-Ressources clés : avec quoi ?

6-Activités clés : quoi ?

7-Partenariats clés : avec qui ?

8-Flux de revenus : combien ?

9-Structure des coûts : combien ?

Le business model canvas d'Osterwalder

les 9 cases / composantes

- **1 – Les segments clients**

Cette rubrique a pour objectif de définir vos segments clients. C'est la raison d'être de votre projet et le cœur de toutes vos attentions. Différenciez vos clients de vos utilisateurs : les clients (ceux qui payent) ne sont pas toujours les utilisateurs de vos produits ou de vos services.

- **2 – Votre offre / La proposition de valeur**

La proposition de valeur apporte une solution à un problème ou satisfait un besoin. L'offre est indissociable du client que vous ciblez, le tandem ainsi créé est le fer de lance de votre entreprise. Avez-vous imaginé toutes les possibilités pour vous démarquer de vos concurrents, en innovant soit par l'offre proposée, soit par l'usage qui en est fait, les moyens mis en œuvre ou la stratégie commerciale ?

- **3 – Les Canaux**

Il s'agit de tous les moyens de communication et de distribution que vous mettez en place pour toucher vos clients. C'est la manière dont votre client va être en contact avec votre offre, et une occasion de vous démarquer.

Le business model canvas d'Osterwalder

les 9 cases / composantes

- **4 – Relations clients**

Cette rubrique décrit les types de relations qu'une entreprise établit avec vos segments clients. C'est au-delà du produit ou du service vendu, par exemple : assurer la fidélité de vos clients, en acquérir de nouveaux, faciliter l'acte d'achat, voire augmenter la fréquence d'achat. Le type de relations clients requis par le modèle économique d'une entreprise influence profondément l'expérience globale du client.

- **5 – Les revenus**

Il s'agit de toutes les rentrées d'argent générées par votre activité. Elles peuvent être ponctuelles ou récurrentes, fixes (prix d'un catalogue, d'un forfait, d'un abonnement, d'une location, de la publicité) ou variables (en fonction des conditions : temps réel, enchères, sur-mesure, etc.). Comment et quand vont payer vos clients ? Avant ou après que vous ne dépensiez ? Quel est le prix pratiqué selon vos différents segments de clientèle ?

- **6 – Les ressources clés**

Il s'agit de tous les moyens matériels (site de fabrication, le mobilier, le matériel, les véhicules, les locaux, etc.), immatériels (brevet, droit d'auteur, compétence, expertise, base de données, etc.), humains, et financiers que l'entreprise doit réunir pour produire une offre répondant aux attentes de vos clients. Les ressources clés peuvent appartenir à l'entreprise, être louées ou obtenues auprès de partenaires clés.

Le business model canvas d'Osterwalder

les 9 cases / composantes

- **7 – Les activités clés**

Il s'agit des choses les plus importantes qu'une entreprise doit faire pour que son modèle économique fonctionne. Par exemple, dire que vous vendez des produits n'est pas suffisant : s'agit-il de l'achat/revente, ou de la conception et fabrication, ou bien au contraire une place de marché (internet) ? Dans ce dernier cas l'activité réelle de l'entreprise consistera à gérer un site internet et un centre de logistique.

- **8 – Partenaires clés**

Ce sont les alliés extérieurs de l'entreprise grâce auxquels vous pourrez faire évoluer et améliorer votre offre. Une bonne relation partenariale peut par ailleurs vous garantir certains avantages sur vos concurrents : contrôle des prix, exclusivité d'un savoir-faire, maîtrise du cycle de production, etc. Voici des exemples de partenaires clés : fournisseurs, sous-traitants, experts, prescripteurs, anciens clients, etc.

- **9 – Structures de coûts**

Il est enfin nécessaire d'évaluer l'ensemble des coûts indispensables au bon fonctionnement de l'activité décrite.

- **Coûts variables** : ils dépendent du niveau d'activité de l'entreprise et augmentent au fur et à mesure que le CA augmente (achat de marchandises, commissions, matières premières, etc.).
- **Coûts fixes** : ce sont les dépenses incompressibles indépendantes du CA (prime d'assurance, loyer, ressources humaines, etc.).

CONCLUSION

En résumé, le Business Model Canvas est un outil indispensable pour les entrepreneurs et les cadres d'entreprise en quête de succès et d'innovation.

Il vous permet :

- De visualiser et d'optimiser votre modèle économique
- De stimuler la créativité et la collaboration au sein de votre équipe
- D'adapter votre stratégie aux défis du marché en constante évolution

MERCI DE VOTRE AIMABLE ATTENTION

