

University Abou Bakr Belkaïd
Tlemcen -Algérie



Faculté de Technologie
Dpt de Génie Civil



L3 GC GS 601

Entrepreneuriat et Management d'Entreprise

CHAPITRE 05

LANCER ET FAIRE FONCTIONNER UNE ENTREPRISE

PLAN DU COURS :

- Choisir un marché approprié
- Les formes juridiques de l'entreprise
- Recherche d'aide et de financement pour démarrer une entreprise
- Recruter le personnel
- Choisir ses fournisseurs





Comment choisir

un marché approprié

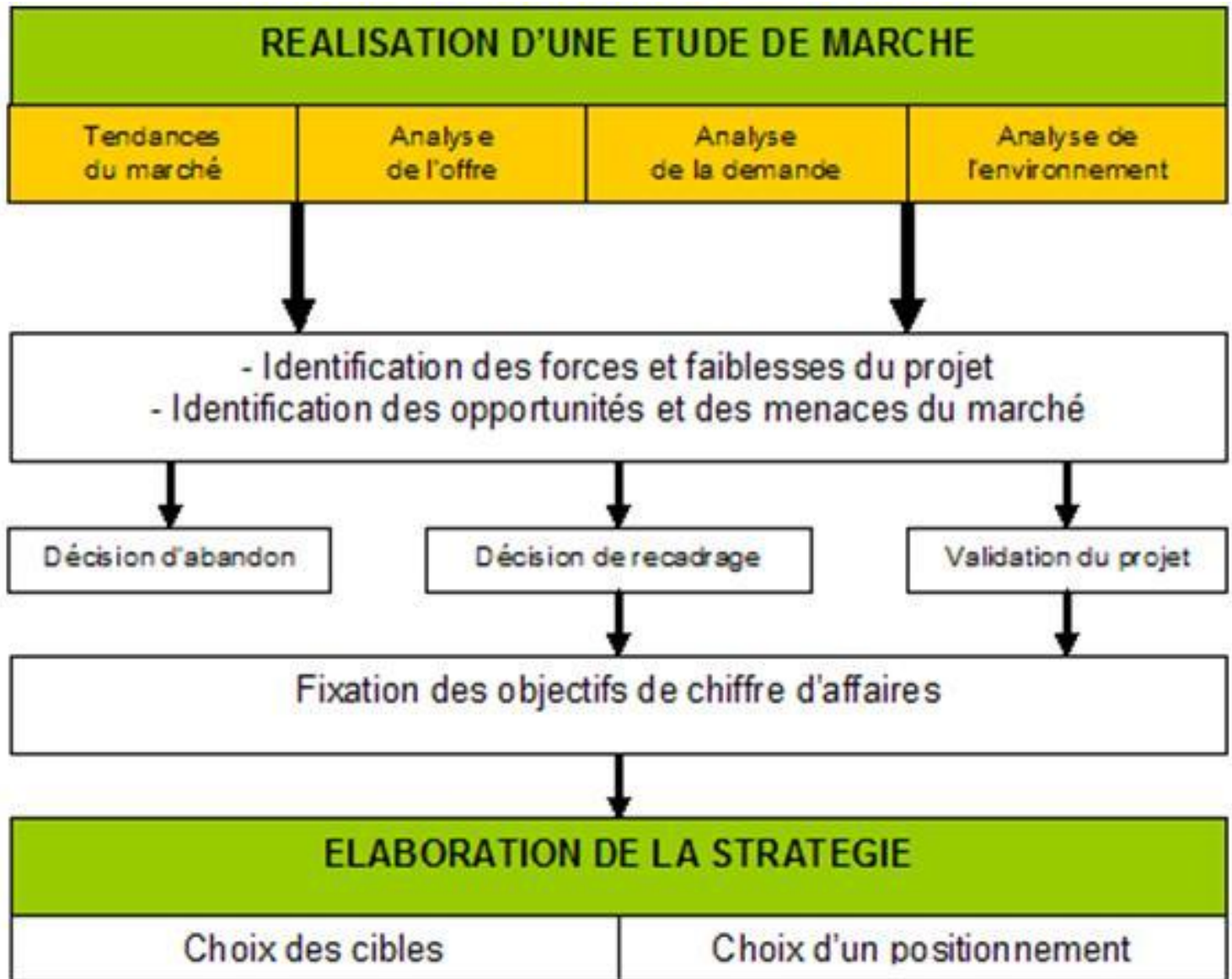
QUESTIONS



- **Quelles sont les grandes tendances du marché ?**
- **Qui sont les acheteurs et les consommateurs ?**
- **Qui sont les concurrents ?**
- **Quel est l'environnement de mon marché ?**

"Je connais mon marché, je suis donc capable de décider".

Démarche stratégique



Fixer des hypothèses de chiffre d'affaires

Après avoir analysé méthodiquement le marché, vous devez être en mesure d'évaluer un chiffre d'affaires prévisionnel.

Ce montant vous permettra d'alimenter votre prévisionnel financier pour déterminer si votre projet est viable financièrement. Attention, il ne s'agit là que d'hypothèses.

Il n'existe pas une, mais plusieurs méthodes de calcul pour aboutir à un chiffre d'affaires prévisionnel :

Le chiffre d'affaires (CA) est la somme des ventes de biens ou de services d'une entreprise.

Sa formule : $CA = \text{prix de vente} * \text{quantité vendues}$.

Le chiffre d'affaires peut se calculer pour n'importe quelle période, cela dit il est souvent calculé de façon mensuelle, trimestrielle et annuelle.

Cette notion est le premier indicateur de performance des ventes d'une entreprise.

Faire les meilleurs choix pour atteindre ses objectifs



Au regard de la compréhension de votre marché, vous allez devoir déterminer les moyens pour atteindre vos clients.

On parle de déterminer la stratégie.

c'est en fait le fil conducteur qui va permettre à votre entreprise d'atteindre le chiffre d'affaires que vous avez fixé au préalable.

Obtenir le mix-marketing le plus cohérent possible



On appelle mix-marketing l'ensemble des décisions de marketing prises par l'entreprise, à un moment donné, sur un produit ou sur l'ensemble de sa gamme, pour influencer et satisfaire sa clientèle. Ces décisions concernent :

- le produit : quel(s) produit(s) ou service(s) allez-vous proposer à vos futurs clients ?
- le prix : à quels prix allez-vous le(s) vendre ?
- la distribution : comment allez-vous le(s) vendre ? Quels vont être vos réseaux de distribution (en direct, avec des intermédiaires, par internet) ?
- et la communication : comment allez-vous vous faire connaître ?

Que signifie " cibler " ?

- *Ainsi, le fabricant de jouets va s'adresser prioritairement aux enfants. Il va par conséquent " cibler " une clientèle*



- Le ciblage est au cœur de la stratégie : une erreur de cible peut à terme, si elle n'est pas rapidement corrigée, mettre en péril l'avenir de votre entreprise.

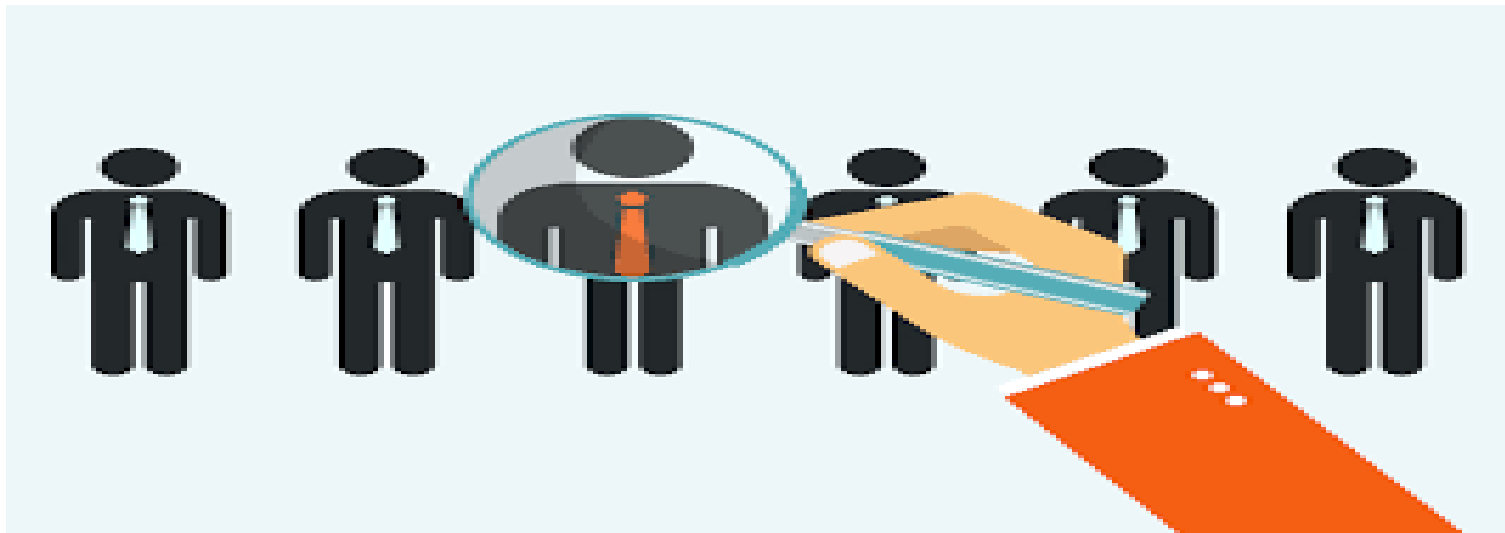
Comment cibler ?

	Critères de segmentation	Utilisation
1ère méthode	Age, sexe, profession, localisation	Pour une clientèle "grand public"
2ème méthode	Activité, chiffres d'affaires, localisation, taille	Pour une clientèle d'entreprises
3ème méthode	Comportement : achat impulsif ou réfléchi, achat en fonction des saisons, etc.	Pour une clientèle à la fois de particuliers et d'entreprises

Définir son positionnement

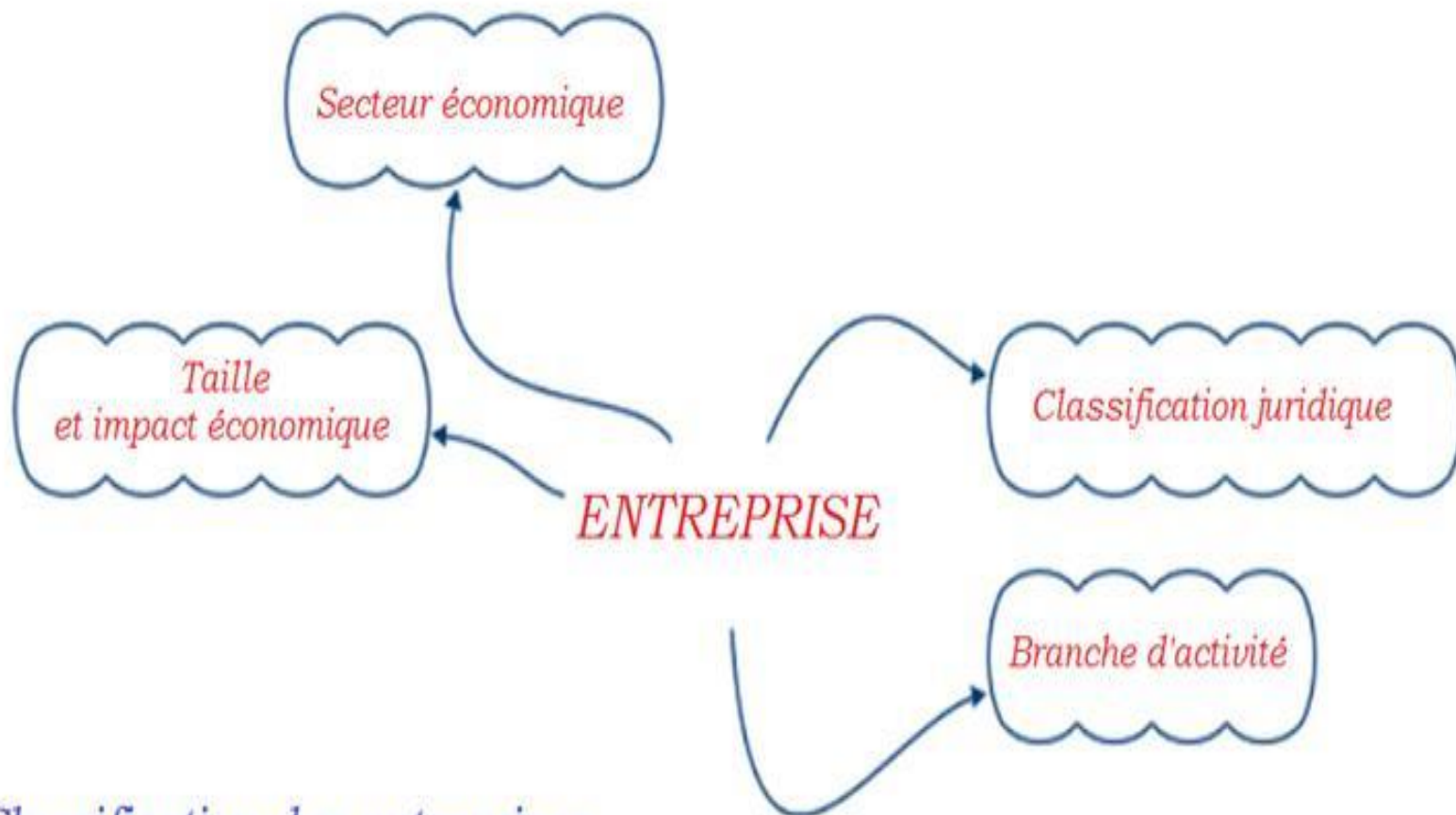
Que signifie "se positionner" ?

- Ce terme traduit en fait **l'image que votre entreprise veut donner d'elle-même** à vos clients et à vos concurrents.
- Le positionnement revêt une double dimension :
- il permet de vous distinguer durablement de vos concurrents directs et indirects,
- il permet aux consommateurs de vous identifier plus facilement.



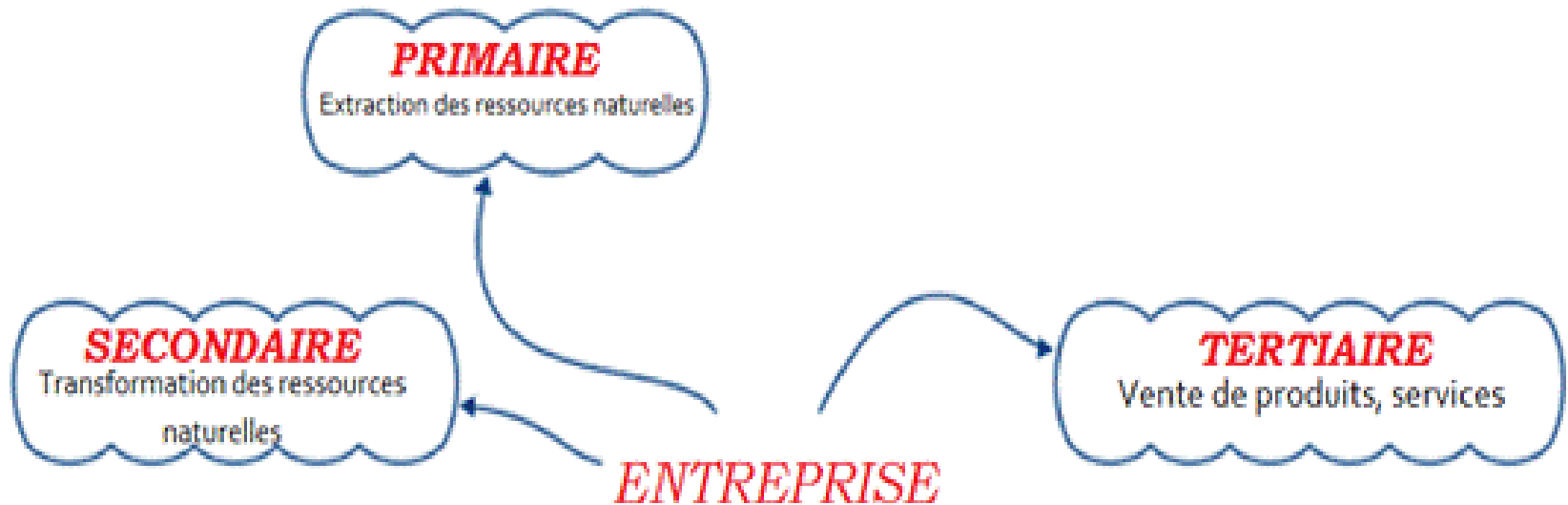
FORMES JURIDIQUES D'UNE ENTREPRISE

CLASSIFICATION DES ENTREPRISES



Classification des entreprises

CLASSIFICATION PAR SECTEUR ECONOMIQUE



Classification par secteur économique

L'ACTIVITE ECONOMIQUE DE L'ENTREPRISE

**SECTEUR
PRIMAIRE**

**EXPLOITATION DES RESSOURCES
NATURELLES;**

**SECTEUR
SECONDAIRE**

**TRANSFORMATION DE MATIERES
PREMIERES EN PRODUITS FINIS;**

**SECTEUR
TERTIAIRE**

**ACTIVITES FINANCIERES, DISTRIBUTION ET
SERVICES.**

L'ACTIVITE ECONOMIQUE DE L'ENTREPRISE

- **Secteur primaire**: métiers qui ont un rapport direct avec la nature.

Exemple: agriculture, élevage, pêche, exploitations minières, pétrolières, ...

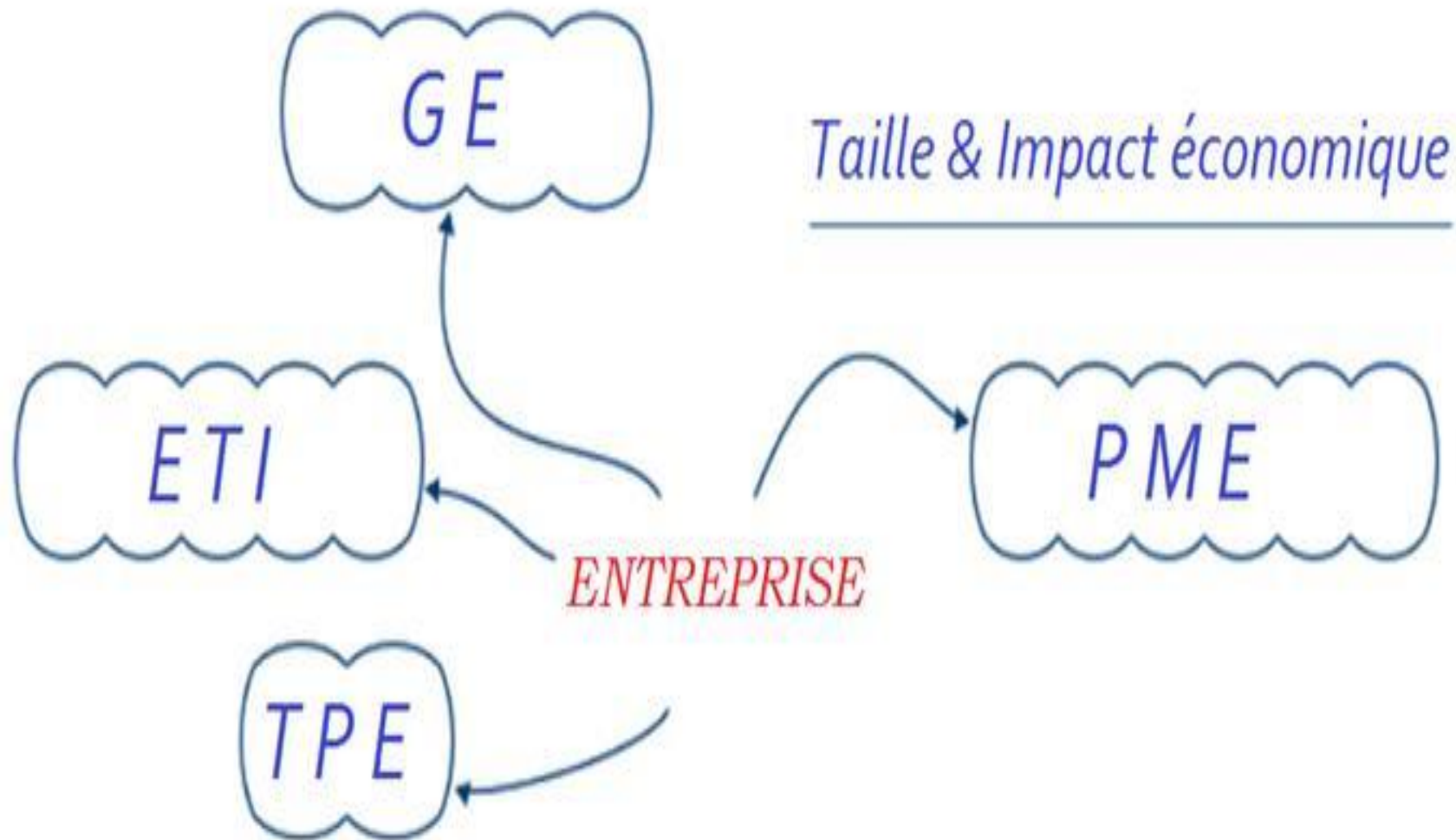
- **Secteur secondaire**: transformation de la matière première en produit manufacturés

Exemple: boulanger, cuisinier, menuisier, bijoutier, forgeron, ...

- **Secteur tertiaire**: commercialisation d'un produit manufacturé, d'un service

Exemple: épicerie, supermarché, agence de voyage, Bank, cinéma, ...

CLASSIFICATION PAR TAILLE



CLASSIFICATION PAR TAILLE



TPE

 < 9

 $\leq 40M$

Très Petites Entreprises



PME

 < 250

 $\leq 4Md$

Petites et Moyennes Entreprises



ETI

 < 5000

Entreprises de Taille Intermédiaire

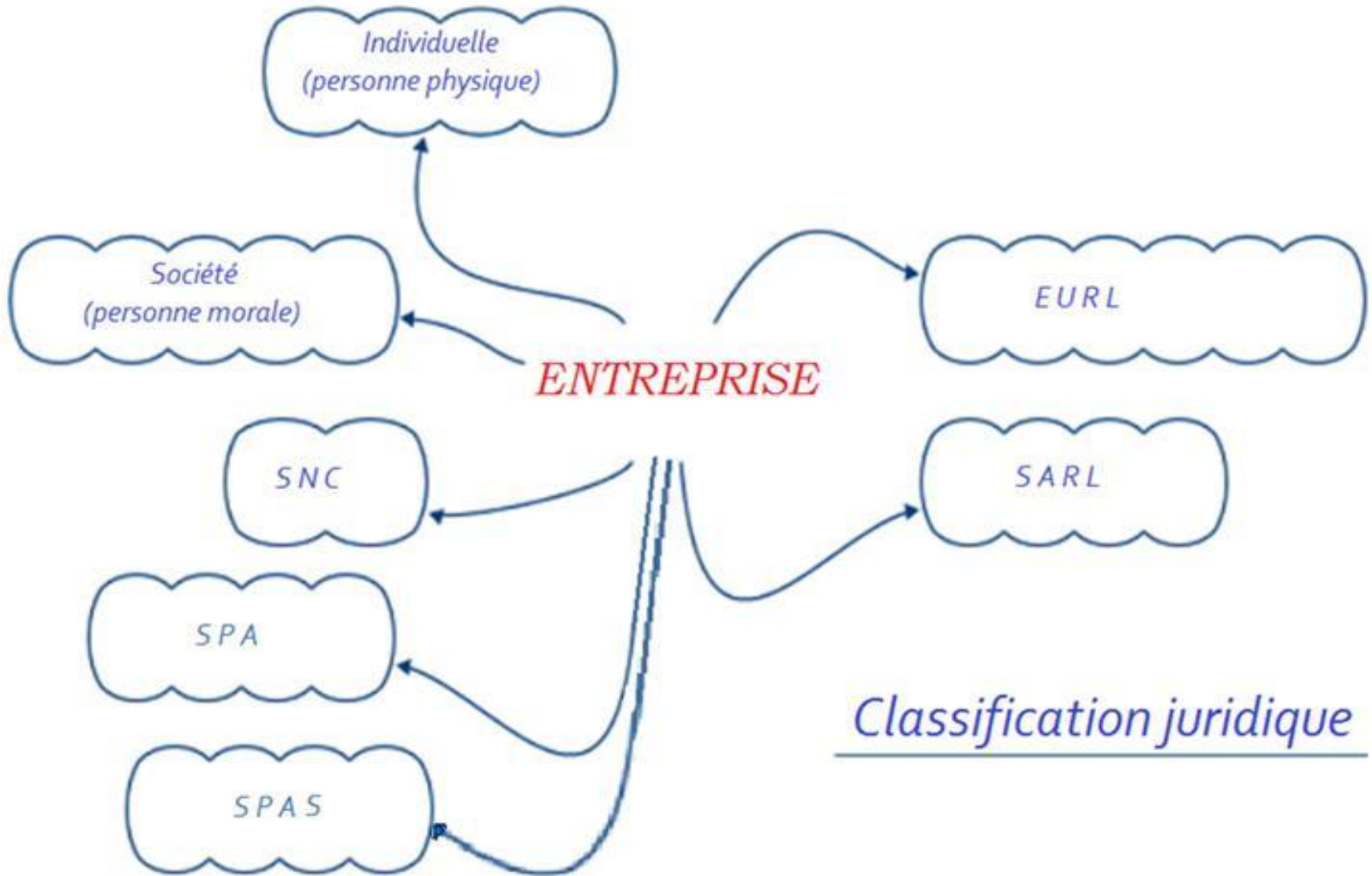


GE

 ≥ 5000

Grandes Entreprises

CLASSIFICATION JURIDIQUE



Classification juridique



EUURL

Entreprise
Unipersonnelle à
Responsabilité Limitée



≥ 100 000 DA

Entreprise : personnalité morale
Gérant : qualité de commerçant



Société À Responsabilité Limitée



2 à 50



≥ 100 000 DA

Entreprise : personnalité morale

Gérants : qualité de commerçant

Société

Par

Actions



≥ 1 000 000 DA

≥ 5 000 000 DA cas de l'Appel public
à l'épargne



3 à 12

Conseil d'administration : Elus 6 ans
Conseil de surveillance

S

SOCIÉTÉ

N

en NOM

C

COLLECTIF



2 minimum

*Entreprises familiales généralement
Statuts juridiques*

START-UP



Société **P**ar **A**ctions **S**implifiée

J O n 32 du 14 mai 2022



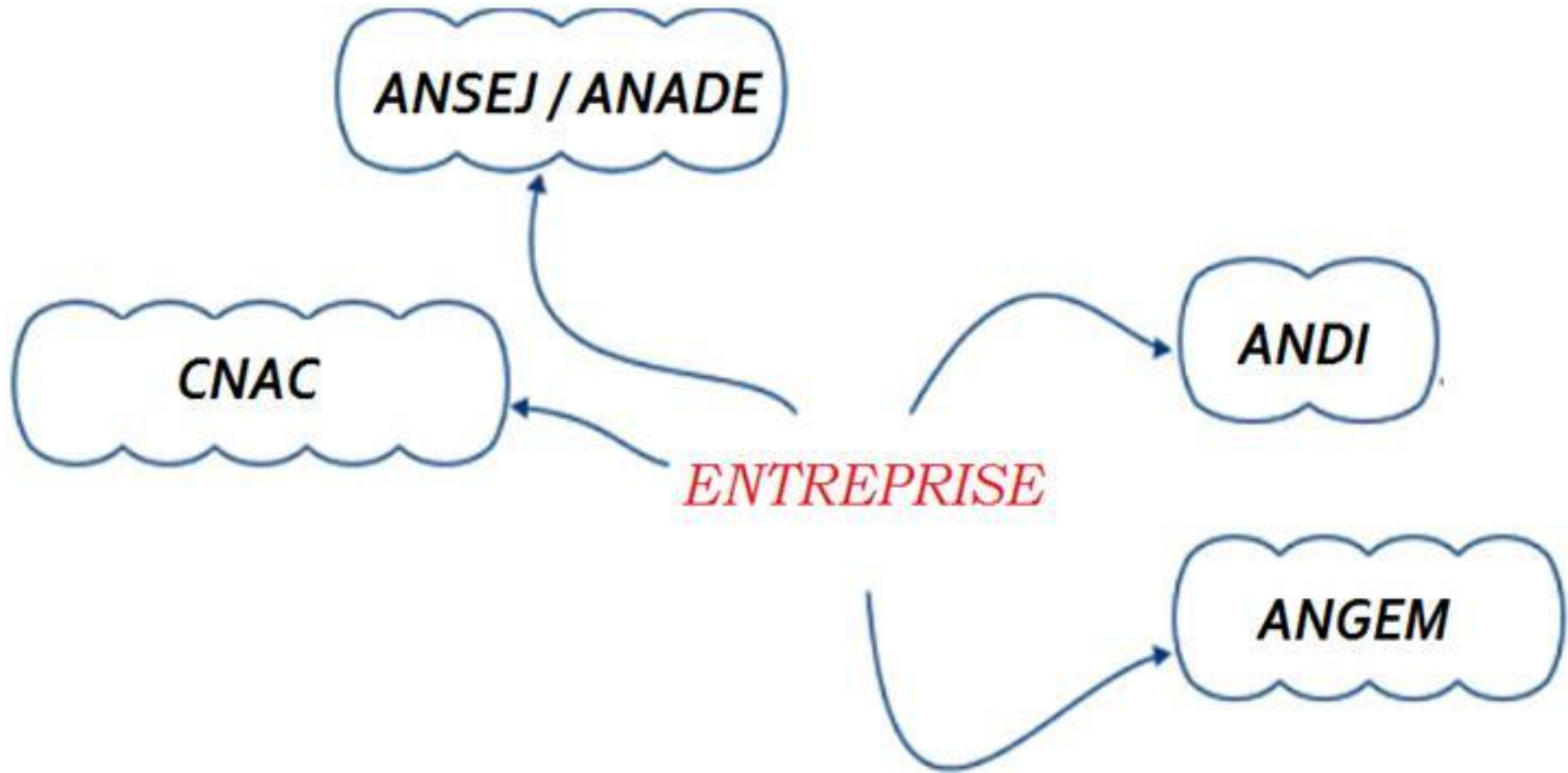
divisé en actions

Associés : Pertes a concurrence de l'apport

Cas d'une seule personne : Société Par Actions Simplifiée Unipersonnelle
SPASU

Recherche d'aide et
de financement
pour démarrer une
entreprise

AIDE A LA CREATION D'ENTREPRISES



Aide à la création d'entreprises

AIDE A LA CREATION D'ENTREPRISES

- **- L'Agence Nationale de Développement des Investissements (ANDI) :**

L'ANDI est créée en 2001. Elle est chargée de la promotion, le développement et la continuation des investissements en Algérie ; accueillir, conseiller et accompagner les investisseurs nationaux et étrangers. Leur principal rôle est de faciliter les procédures et simplifier les formalités de création d'entreprises et de développement des investissements.

- **2- L'Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat (ANADE) :**

L'Agence Nationale d'appui et de Développement de l'Entrepreneuriat, par abréviation 'ANADE', est un organisme public à caractère spécifique, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière, placé sous la tutelle du Ministre de la micro-entreprise, des start-ups et de l'économie de la connaissance. Anciennement Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ, avant novembre 2020).

- **3- La Caisse Nationale d'Allocation Chômage (CNAC) :**

A partir de 2004 et dans le cadre de la politique nationale de lutte contre le chômage et la précarité, la CNAC a mis en œuvre un dispositif de soutien à la création de l'activité économique, par un appui financier aux chômeurs de 30 à 50 ans, en offrant plusieurs avantages, pour un montant d'investissement pouvant atteindre 10 millions de DA,

- **4- L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM) :**

Créée en 2004, l'Agence représente un autre outil de lutte contre le chômage et la fragilité sociale grandissante, dont l'objectif est de soutenir le développement des capacités individuelles des citoyens à s'auto-prendre en charge, en créant leur propre activité économique.

RECRUTER LE PERSONNEL



Par exemple dans le BTP, le recrutement se fait suivant les étapes suivantes :

- 1-Définir vos besoins
- 2-Rédiger une annonce percutante
- 3-Diffuser l'offre d'emploi sur les bonnes plateformes
- 4-Trier les candidatures et les sélectionner
- 5-Définir une grille d'évaluation
- 6-Conduire les entretiens

Entretien d'embauche



À faire **ABSOLUMENT** !



Être inflexible avec la ponctualité

Être poli et attentif

Avoir le bon dress code

Préparer son entretien

Parler de ses expériences

Être intéressé et prendre des notes

Récolter le maximum d'informations sur l'entreprise

Éteindre son téléphone

Montrer votre intérêt et votre motivation

Remercier votre interlocuteur



À ne **SURTOUT** pas faire !



Arriver en retard

Manquer de politesse

Adopter une tenue vestimentaire inappropriée

Être trop sûr de soi/Arrogant

Réciter son CV

Aborder la rémunération trop tôt

Ne pas connaître l'entreprise

Ne pas avoir de questions à poser

Ne pas avoir préparé les questions pièges

Laisser son téléphone allumé...

CHOISIR SES FOURNISSEURS



Comment choisir un
fournisseur
pour votre
entreprise ?

Par Angès-Marie TOGBE

flux

www.fluxafrica.com

Critères de choix des fournisseurs

Quels sont les critères de sélection d'un fournisseur ?

- Le prix. ...
- Les critères de qualité ...
- L'innovation. ...
- Les services associés. ...
- Le nombre et la qualité des tiers impliqués dans la chaîne d'approvisionnement. ...
- La santé financière de **l'entreprise**. ...
- La réputation de **l'entreprise** et sa fiabilité



**MERCI DE VOTRE
AIMBALE ATTENTION**