

JOURNÉE « CRÉATION D'ENTREPRISE »

INSTITUT UNIVERSITAIRE INTERNATIONAL
LUXEMBOURG

RAPPEL DU PARCOURS DU CRÉATEUR D'ENTREPRISE

1

• Idée au départ → besoin observé, idée originale, bilan personnel, voire profil entrepreneurial, etc.

2

• Choix organisationnel → Nom de l'entreprise, forme juridique, besoins en ressources humaines, etc.

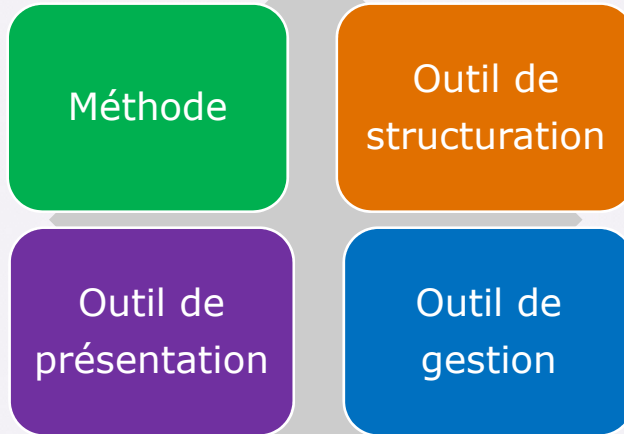
3

• Analyse stratégique → analyse externe + clientèle (SCP), démarche stratégique (témoignages + exemples), etc.

4

• Besoins en financement → entrées et sorties prévisibles d'argent, plan de financement initial, plan de trésorerie, SR

LE BUSINESS PLAN : C'EST QUOI ?



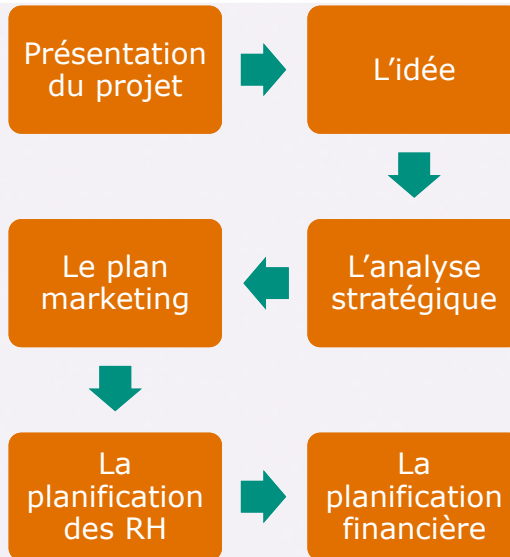
3

QUELLE EST SA FINALITÉ ?

-
-  Présenter la stratégie de l'entreprise
 -  Fixer des objectifs
 -  Mesurer les risques
 -  Définir un plan d'action
 -  Réunir les moyens financiers, techniques et autres

4

LES GRANDES ETAPES DU BUSINESS PLAN



5

L'IDÉE : LES QUESTIONS À SE POSER



Quels sont les atouts et les points faibles de mon projet ?



En quoi est-il différent de la concurrence ?



Que vais-je offrir à mes clients ?



Mon projet est-il viable ?



Faut-il protéger mon idée ?

6

LE PROFIL ENTREPRENEURIAL

Ai-je le bon profil ?



Mes compétences
techniques

Mes compétences
sociales

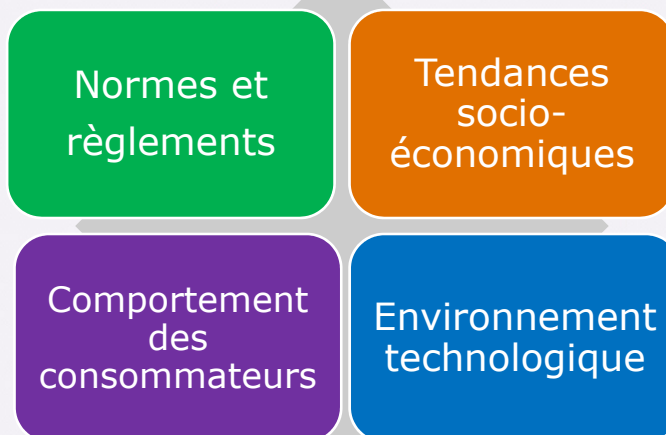
Profil 1

Profil 2

Profil 3

7

L'ANALYSE STRATÉGIQUE (1)



8

L'ANALYSE STRATÉGIQUE (2)

- Identifier les concurrents!
 - Concurrents directs
 - Concurrents indirects
 - Produits ou services de substitution
- Les connaître et initier une démarche de veille permanente
 - Quels sont leurs atouts?
 - Quelle est leur image de marque?

9

SWOT

= Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

= Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces

Outil permettant d'analyser l'environnement interne et externe de l'entreprise

Cas concret Rosport

[PDF](#)

10

L'ANALYSE DE LA CLIENTÈLE (1)

- Est-ce que je sais ce que le client demande ?



pliant



familial



urbain



pendulaire



facile



ré-adaptation



sportif



cyclotourisme



utilitaire



fitness

11

L'ANALYSE DE LA CLIENTÈLE (2)

- A l'inverse, est-ce que le client sait ce dont il a besoin ?
- Est-ce que je comprends ce dont il a besoin ?



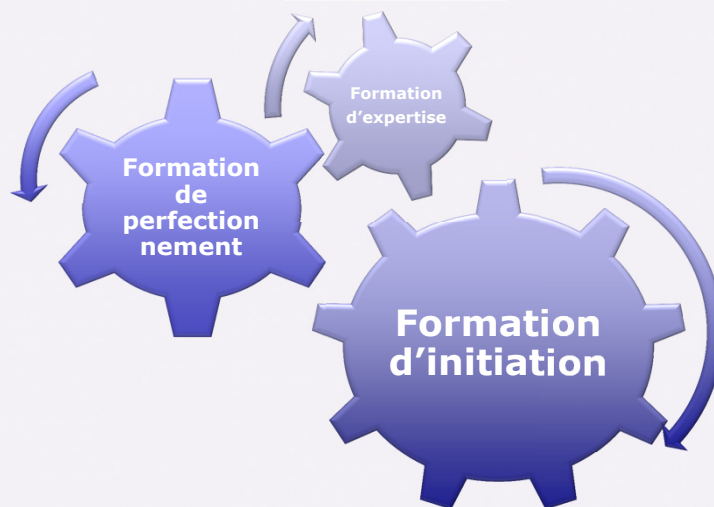
12

L'ANALYSE DE LA CLIENTÈLE (3)

Un exemple concret :
Marks & Spencer

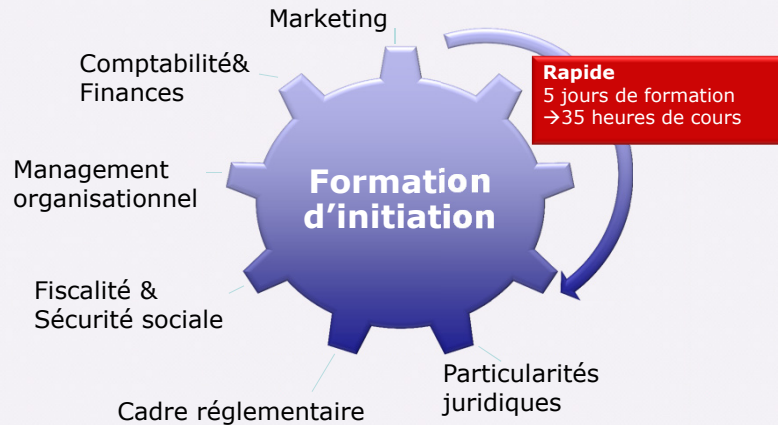
13

FORMATION POUR FUTURS COMMERÇANTS



14

CONTENUS DE LA FORMATION D'INITIATION



15

PLANIFICATION DU PERSONNEL

- Prévoir vos besoins en ressources humaines et les charges salariales
- Quels profils doivent m'appuyer dans le développement de mon projet?
- Combien d'employés doivent être engagés afin d'assurer la production de mon produit ou de mon service?
- Comment les recruter? Quels types de contrat?
- Ne pas oublier la rémunération du dirigeant!

16

LA PLANIFICATION FINANCIÈRE

- Le besoin en financement va au-delà du capital de départ et des investissements initiaux
- Listez l'ensemble des dépenses indispensables à votre activité
- Anticipez les flux de trésorerie

17

EN SAVOIR PLUS

- www.businessplan.lu
- www.business-start.lu

18

BUSINESS PLAN TOOLBOX

- Outil d'aide à la création d'entreprise au Grand-Duché de Luxembourg
- En ligne, public, gratuit
 - www.businessplan.lu
- Spécificités
 - orientation locale
 - orientation pédagogique
 - orientation grand public
- Disponible en 4 langues

19

OUTIL BUSINESS LEARNING

- Libre accès sur www.business-start.lu dès janvier 2011
- Une formation en ligne aux fondamentaux de la création d'entreprise:
 - Le projet (de l'idée à sa mise en place)
 - L'analyse et la gestion financière
 - La comptabilité générale
- En complément des formations en présentiel

20