

# Sommaire

Introduction.....	13
<b>1<sup>RE</sup> PARTIE - PRÉCISER LES CONTOURS D'UN PROJET FORT.....</b>	<b>17</b>
<b>Chapitre 1 - Ai-je le profil pour créer ma boîte ? .....</b>	<b>19</b>
Pourquoi créer ma boîte ? .....	19
Suis-je compétent techniquement pour le métier que je veux faire ? .....	20
Ai-je les qualifications requises obligatoires ? .....	21
Ai-je les compétences techniques pour le métier que je veux exercer ? ...	21
Suis-je un entrepreneur ? Quelles sont mes chances de réussite ? .....	22
<b>Chapitre 2 - Quelles qualités pour être un entrepreneur-leader ? ....</b>	<b>25</b>
Montrez-vous déterminé.....	25
Essayez d'être un exemple de transparence et de franchise.....	26
Soyez conforme à vos propres valeurs : éthique, honnêteté, justice .....	26
Ayez courage et volonté, et si un jour vous doutez, faites-le en secret...	26
Soyez engagé, passionné .....	27
Diriger, c'est montrer l'exemple .....	27
Soyez modeste, le contraire n'impressionnera pas.....	27
<b>Chapitre 3 - Quel projet d'entreprise ? .....</b>	<b>29</b>
Au départ il faut une idée forte, un projet .....	29
Avant de planifier le futur proche, ayez une vision à long terme .....	30
Laissez se révéler vos valeurs .....	31

<b>Chapitre 4 - Quel modèle de stratégie retenir ?</b> .....	33
Quelles options pour un modèle de stratégie qui puisse devenir un succès ? .....	34
Pour une petite entreprise, viser à se doter d'un avantage concurrentiel est la base d'une analyse sur le métier, les marchés, etc. ....	35
Concevez une stratégie qui soit claire et cohérente pour vos collaborateurs .....	36
<b>Chapitre 5 - Quels objectifs ?</b> .....	37
Une fois établi votre projet, fixez-vous des buts à atteindre .....	38
Fixez-vous des objectifs dans le temps.....	39
<b>2<sup>E</sup> PARTIE - CONSTRUIRE UN PLAN STRATÉGIQUE MARKETING</b> .....	41
<b>Chapitre 6 - Quel métier, quel environnement ?</b> .....	43
Choisissez avec précision votre métier, parce que la plupart ont des contours variés.....	43
N'hésitez pas à changer votre regard sur un métier.....	44
<b>Chapitre 7 - Quels marchés, quelle cible de clientèle ?</b> .....	47
Commencez par segmenter votre marché potentiel pour en faire l'analyse .....	47
Choisir, c'est déterminer la cible où vous aurez le plus de chances de succès .....	50
<b>Chapitre 8 - Quels produits, quels services, quel positionnement ?</b> ....	51
Choisir un positionnement pour vos produits, pour votre service.....	51
Quels critères de différenciation ? .....	52
Trouver le bon nom, une marque,un logo est un exercice de grande précision.....	53
<b>Chapitre 9 - Quelle concurrence ?</b> .....	55
<b>Chapitre 10 - Quels prix, pour quelles marges ?</b> .....	59
Le prix est celui que le client est prêt à payer .....	59
Comment calculer vos marges ? .....	60

Analysez la valeur de vos produits avec précision .....	61
Ne vous lancez dans une guerre des prix que si vous êtes sûr de la gagner.....	62
<b>Chapitre 11 - Quelle stratégie de distribution ?</b> .....	63
Votre étude de marché est la base de votre analyse pour choisir votre distribution .....	63
Quelles conditions pour entrer chez un distributeur ? .....	64
Choisir un emplacement.....	65
L'e-business, un terrain à exploiter rapidement si vous avez les compétences et une grande capacité d'adaptation .....	67
L'export, un immense terrain d'opportunités plus difficile à conquérir .....	67
<b>Chapitre 12 - Quelle communication ?</b> .....	69
Quelle peut être une stratégie de communication pour une petite entreprise ?.....	70
Construire un message publicitaire .....	72
Quelques réflexions à propos du contenu .....	73
Quels supports de communication pour une microentreprise ? .....	73
Quel budget de communication ?.....	75
<b>3<sup>E</sup> PARTIE - ÉVALUER LES RESSOURCES NÉCESSAIRES ET L'ORGANISATION</b> .....	77
<b>Chapitre 13 - Production, innovation, qualité</b> .....	79
Investir pour produire : les investissements c'est l'avenir de l'entreprise... ..	79
Quel que soit votre positionnement, produisez au mieux de la qualité au meilleur prix de revient .....	80
Développez tout ce qui permet de vendre plus cher .....	81
Ne vous privez pas de l'opportunité d'améliorer le design, l'esthétique de tous vos produits .....	81
C'est au chef d'entreprise d'être le moteur de l'innovation.....	82
Intégrez la gestion de la qualité dans votre stratégie dès le départ .....	82
<b>Chapitre 14 - Les achats, les fournisseurs</b> .....	85
Qui est le bon fournisseur ?.....	85

Vos fournisseurs seront vos premiers partenaires après vos clients.....	86
Choisissez le bon intermédiaire à défaut de pouvoir acheter en direct au fabricant .....	87
Obtenir du crédit fournisseur .....	87
Le bon prix de vos achats est celui qui est pratiqué dans la profession ....	88
<b>Chapitre 15 - Planifier ses investissements.....</b>	<b>89</b>
Un peu de comptabilité.....	89
Placez vos ressources dans les investissements qui rapporteront le plus demain .....	90
<b>Chapitre 16 - Quelle organisation (procédures, informatique, logistique) ?.....</b>	<b>91</b>
Pourquoi devez-vous penser à votre organisation dès le départ ? .....	91
Quelles procédures mettre en place au départ ? .....	92
L'informatique, une fonction qui ne se délègue pas aux seuls spécialistes.....	92
Logistique .....	93
<b>Chapitre 17 - Réunir une équipe performante dès le départ .....</b>	<b>95</b>
<b>Chapitre 18 - Organiser sa prospection .....</b>	<b>97</b>
<b>Chapitre 19 - Quelle structure juridique ?.....</b>	<b>99</b>
Choisir sa catégorie d'entreprise pour les organismes sociaux .....	99
Quelle forme juridique peut revêtir l'entreprise ?.....	100
Quels critères de choix pour la structure juridique ? .....	101
Quels statuts juridiques pour votre entreprise ?.....	102
1. L'entreprise individuelle .....	104
2. Les sociétés les plus courantes : la SARL, l'EURL, la SNC et la SA.....	107
Les autres types de société.....	110
Les statuts d'une société.....	111
Pacte d'actionnaire et garantie de passif.....	111

<b>Chapitre 20 - Quelles charges sociales et fiscales ?</b> .....	113
Les charges sociales pour un gérant minoritaire ou égalitaire de SARL.....	113
Les charges sociales pour un responsable d'entreprise individuelle ou gérant majoritaire de SARL ou d'EURL.....	114
Les charges sociales pour la microentreprise .....	114
Les charges sociales patronales pour une entreprise industrielle, artisanale, agricole ou libérale .....	115
Quelles charges fiscales ?.....	115
 <b>4<sup>E</sup> PARTIE - VALIDER UN PLAN FINANCIER PRÉVISIONNEL</b> .....	119
 <b>Chapitre 21 - Pourquoi faut-il une comptabilité ?</b> .....	121
La tenue d'une comptabilité est obligatoire .....	121
Faut-il un comptable ? .....	122
Transparence et consistance pour que la confiance soit forte .....	122
 <b>Chapitre 22 - Calculer ses volumes et son chiffre d'affaires prévisionnel</b> .....	125
Calcul du chiffre d'affaires .....	126
Bases pour estimer son chiffre d'affaires prévisionnel .....	126
Calcul de son chiffre d'affaires prévisionnel .....	126
En microentreprise, ignorez les revenus à faible marge .....	128
 <b>Chapitre 23 - Achats, marge brute et autres charges variables</b> .....	129
Le poste d'achat conditionne votre marge brute et donc la base de vos résultats .....	129
Calcul de la marge brute sur achats.....	130
Fixez-vous un objectif de marge brute volontariste que vous suivrez dès le départ.....	130
Les autres charges variables.....	131
 <b>Chapitre 24 - Les charges fixes de l'entreprise</b> .....	133
Les dépenses entrant dans vos charges fixes .....	133
Quelle rémunération pour le chef d'entreprise ? .....	134
Les amortissements .....	135

<b>Chapitre 25 - Le compte d'exploitation et son analyse</b> .....	137
Votre résultat d'exploitation, c'est votre indicateur principal de performance .....	139
N'oubliez jamais le point d'équilibre du chiffre d'affaires, votre seuil d'alarme .....	140
<b>Chapitre 26 - Le plan de financement et la trésorerie</b> .....	143
Les emplois .....	144
Le besoin en fonds de roulement .....	144
Le fond de roulement.....	146
Les ressources .....	147
Quelles sources de financement ? .....	147
L'autofinancement c'est la part du profit qui reste dans l'entreprise .....	148
Plan de financement pour vous, mais aussi pour vos partenaires extérieurs .....	149
Le plan de trésorerie, si vous étalez vos investissements ou si avez une activité saisonnière .....	150
<b>Chapitre 27 - Le bilan</b> .....	153
Le haut de bilan, capitaux propres, dettes à terme au passif, immobilisations à l'actif.....	155
Le bas de bilan, actif et passif externe dont la trésorerie .....	156
<b>5<sup>E</sup> PARTIE - LES ENJEUX POUR CONVAINCRE VOS FUTURS PARTENAIRES</b> .....	159
<b>Chapitre 28 - Vos atouts et faiblesses face aux risques et opportunités</b> .....	161
Risques et opportunités.....	162
Forces et faiblesses.....	163
<b>Chapitre 29 - Évaluer la rentabilité du projet</b> .....	167
Les ratios de type économique.....	167
Les ratios financiers.....	168
Reporting .....	169

<b>Chapitre 30 - Spécificités en cas de création d'une nouvelle activité ou de reprise d'entreprise</b> .....	171
Création d'une nouvelle activité .....	171
Reprendre une entreprise ou sa direction .....	172
<b>6<sup>E</sup> PARTIE - ÉCRIRE SON BUSINESS PLAN</b> .....	175
<b>Chapitre 31 - Déterminer les profils des destinataires de votre business plan</b> .....	177
Le business plan, c'est avant tout pour vous-même .....	177
Le deuxième objectif du business plan est de vendre votre projet ...	178
À qui d'autre peut s'adresser le business plan ? .....	178
Créer un climat de confiance.....	180
<b>Chapitre 32 - Quels contenus pour quels destinataires ?</b> .....	181
1. Plan stratégique marketing.....	182
2. Les ressources et l'organisation .....	183
3. Plan financier prévisionnel.....	184
<b>Chapitre 33 - La forme du rapport</b> .....	187
La forme du contenu.....	187
Le style, l'écriture.....	188
La synthèse, le résumé .....	189
Accord de confidentialité .....	190
Présentation en public.....	190
<b>Chapitre 34 - Planifier les démarches de lancement de votre entreprise</b> .....	193
Conclusion.....	195
Webographie .....	197
À propos de l'auteur .....	199