#

****

**Mini-business plan
et
 journal d’apprentissage**

**Nom de votre entreprise**

**Logo de votre entreprise**

**Auteur-e**

**Version/date**

*Chers participant-e-s,*

*Le présent document vous aide à développer votre idée entrepreneuriale. Chaque chapitre vous indique quelles informations vous pouvez saisir. L’entreprise fictive MyBambooBike vous sert d’exemple. Reto Nobs, co-fondateur de l’entreprise suisse Drehmoment-Bikes, qui commercialise des vélos en bambou depuis 2016, nous a apporté son soutien pour son élaboration.*

*Le mini-business plan peut vous aider à concrétiser votre idée entrepreneuriale. Il convient toutefois de considérer ce document comme un support inachevé qui évolue constamment, au gré de nouvelles informations et conclusions. Ainsi par exemple, vous devrez peut-être modifier votre idée après avoir reçu des feed-back de clients et clientes potentiels ou d’expert-e-s.*

*Ce document est également un journal d’apprentissage qui vous aide à réfléchir à vos expériences et à ce que vous avez appris.*

*Nous vous souhaitons plein succès dans le développement et l’expérimentation de votre idée entrepreneuriale!*

*L’équipe myidea.ch*

**Table des matières**

Idée entrepreneuriale: fiche descriptive 4

a) Qu’est-ce qu’une idée entrepreneuriale? 4

b) MyBambooBike 4

c) Votre idée entrepreneuriale 4

d) Réflexion 4

Vision 4

a) Qu’est-ce qu’une vision? 4

b) MyBambooBike 5

c) Vision pour votre projet d’entreprise 5

d) Réflexion 5

Nom, logo et tagline 5

a) Quels aspects faut-il prendre en considération pour le nom, le logo et la tagline? 5

b) MyBambooBike 6

c) Nom, logo et tagline de votre entreprise 6

d) Réflexion 7

Version de démonstration et Minimum Viable Product (MVP) 7

a) Qu’est-ce qu’une version de démonstration et un MVP? 7

b) MyBambooBike 7

b) Votre version de démonstration ou votre MVP 8

c) Réflexion 8

Modèle d’entreprise 9

a) Qu’est-ce qu’un modèle d’entreprise? 9

b) MyBambooBike 9

c) Votre modèle d’entreprise 10

d) Réflexion 10

Caractéristique distinctive 11

a) Qu’est-ce qu’une caractéristique distinctive? 11

b) MyBambooBike 11

c) Votre modèle d’entreprise 11

d) Réflexion 11

Concept marketing 12

a) Qu’est qu’un concept marketing? 12

b) MyBambooBike 12

c) Votre concept marketing 13

d) Réflexion 13

Marge sur coûts et seuil de rentabilité 13

a) Comment savoir si mon entreprise pourrait être rentable? 13

b) MyBambooBike 14

c) Marge sur coûts et seuil de rentabilité 14

d) Réflexion 14

Équipe de fondateurs/-trices 14

a) Quel est le profil d’une équipe fondatrice? 14

b) MyBambooBike 15

e) Votre équipe fondatrice 15

d) Réflexion 16

Et ensuite? 16

# Idée entrepreneuriale: fiche descriptive

## Qu’est-ce qu’une idée entrepreneuriale?

Une idée entrepreneuriale est un concept ou une représentation d’une future entreprise. Quel problème doit être résolu pour quel groupe cible? Ou : Quel besoin doit être satisfait pour quel groupe cible?

## MyBambooBike

* MyBambooBike vend des vélos stylés et durables avec un cadre en bambou. Les aspects durable et équitable jouent un rôle prépondérant.
* Les vélos peuvent être commandés sur Internet pour être livrés chez les client-e-s deux à trois semaines plus tard.
* Ils sont en outre disponibles à la vente chez certains marchands de vélos et dans des boutiques de design.
* Plus tard, les client-e-s qui le souhaitent pourront personnaliser leur vélo en ligne à l’aide d’un configurateur. Toutefois, dans un souci de simplicité, cette option n’est pas proposée au moment du lancement de l’entreprise.

**Photo:** mise à disposition par Drehmoment-Bikes.

## Votre idée entrepreneuriale

**Exercice:**

Notez brièvement votre propre idée d’entreprise, comme sur une fiche descriptive, à l’aide de mots clés et d’une photo ou d’un croquis.

\*\*\* Vous pouvez décrire votre idée entrepreneuriale ici \*\*\*

## Réflexion

* Expliquez en quatre ou cinq étapes comment vous avez trouvé votre idée entrepreneuriale.
* Pensez aux contretemps ou aux situations qui vous permis d’avancer, et expliquez-les à l’aide de mots clés.

\*\*\* Vous pouvez noter votre réflexion ici \*\*\*

# Vision

## Qu’est-ce qu’une vision?

Une vision exprime la direction que prendra votre entreprise à long terme. Elle doit refléter l’idée de base ou la ligne directrice de votre entreprise. Une bonne vision peut constituer un atout considérable. Elle peut guider et motiver les fondateurs/-trices comme les collaborateurs/-trices. Par conséquent, prenez du temps pour élaborer votre vision et discutez en détail de son ADN au sein de votre équipe, avant de rédiger son énoncé.

|  |  |
| --- | --- |
| **Exemples de mauvaises visions** | **Exemples de bonnes visions** |
| «Nous voulons avoir 20% de parts de marché dans les cinq prochaines années.» | «Un ordinateur sur chaque bureau et dans chaque foyer.» (Microsoft, 1975) |
| «Nous voulons croître deux fois plus vite que le marché en réalisant un bénéfice de 15%.» | «Imaginez un monde dans lequel chaque personne, où qu’elle soit, dispose d’un libre accès à la somme de toutes les connaissances humaines.» (Wikipedia) |

**Source:** mehr-fuehren.de/beispiele-unternehmensvisionen/

## MyBambooBike

Les vélos incarnent la philosophie de l’expérience cycliste: simplicité, style, naturel et durabilité.

## Vision pour votre projet d’entreprise

**Exercice:**

Formulez votre vision en deux ou trois phrases. Conseil: présentez votre vision à vos ami-e-s. Comment votre vision est-elle accueillie? Vos ami-e-s auraient-ils/elles envie de participer à la concrétisation de votre vision?

\*\*\* Vous pouvez décrire votre vision ici \*\*\*

## Réflexion

* Décrivez comment vous avez procédé pour élaborer votre vision.
* Choisissez un aspect qui vous plaît particulièrement et décrivez-le.

\*\*\* Vous pouvez noter votre réflexion ici \*\*\*

# Nom, logo et tagline

## Quels aspects faut-il prendre en considération pour le nom, le logo et la tagline?

**Nom:** le nom d’une entreprise joue un rôle important. Il s’agit en effet d’une carte de visite pour votre entreprise. Le nom doit être accrocheur afin que les gens puissent s’en souvenir facilement.

Remarque: selon la forme juridique de votre entreprise, vous devez respecter certaines règles. De plus, vérifiez si vous pouvez protéger votre marque et si un bon nom de domaine est disponible. Ces points sont bien entendu à prendre en compte si vous fondez réellement une entreprise. Dans ce cas, vous devez impérativement demander conseil à des expert-e-s en création d’entreprise!

Pour ce projet, vous êtes toutefois libre de choisir le nom que vous souhaitez: vous pouvez donner à votre entreprise un nom fantaisiste, un nom qui fait référence au produit ou service proposé ou un nom en lien avec le vôtre.

**Logo:** une start-up doit également se doter d’un bon logo. Un logo est un symbole graphique. Il peut également s’agir d’une marque verbale composée de lettres et de chiffres (p. ex. les lettres colorées de Google). Le logo sert de signe distinctif pour une entreprise, une organisation ou une initiative. Il peut être utilisé pour jeter les bases d’une «identité de marque» (Que représente la marque? Qu’est-ce qui la rend spéciale?). Lorsque vous concevez un logo, tenez compte des points suivants:

* **Simplicité:** un logo doit avoir des formes claires. Il doit être facile à mémoriser. En somme, il doit avant tout être facilement reconnaissable.
* **Adéquation:** un logo doit être parfaitement adapté au groupe cible, à la gamme de produits et à la philosophie de l’entreprise.
* **Adaptabilité:** un logo doit «fonctionner» dans différentes tailles et sur différents supports (p. ex. sur les sites Internet, dans les en-têtes, sur le produit lui-même).

**Tagline:** une tagline est une phrase accrocheuse qui doit permettre à votre groupe cible de se souvenir de votre entreprise (to tag = épingler). Elle doit exprimer ce que votre entreprise ou votre marque offre aux client-e-s; ce qui la rend spéciale. Une tagline peut permettre à votre entreprise de se distinguer des autres.

Veillez à ce que votre tagline soit aussi courte que possible. Trois à sept mots sont une bonne ligne directrice. Exemples de taglines:

* Nike: «Just do it»
* Migros: «M comme meilleur»
* Rivella: «Là où est ta soif.»

Il arrive que les gens confondent la tagline et le slogan. La différence est qu’une tagline représente une entreprise ou une marque dans son intégralité, tandis qu’un slogan sert à promouvoir un produit ou une campagne spécifique.

## MyBambooBike

**Nom:** MyBambooBike

**Logo:**

**Tagline:** «Nos vélos ne sont pas seulement beaux, ils sont renouvelables!»

## Nom, logo et tagline de votre entreprise

**Exercice:** Pensez à un nom accrocheur pour votre entreprise. Créez un logo et, s’il vous reste du temps, rédigez une tagline. Notez non seulement les versions définitives du nom, du logo et de la tagline, mais aussi toutes les étapes intermédiaires. Justifiez vos choix en matière de logo (p. ex. la raison pour laquelle vous avez choisi une couleur et pas une autre).

\*\*\* Développez ici le nom, le logo et la tagline de votre entreprise \*\*\*

## Réflexion

* Expliquez comment vous avez trouvé le nom de votre entreprise.
* Demandez-vous si cela a été facile ou difficile pour vous de trouver le nom et le logo. Justifiez votre réponse.
* Demandez-vous si le temps consacré à la création de votre logo était proportionnel à la tâche (top long/parfaitement adapté/trop court).
* Si votre logo/nom/tagline ne vous satisfait pas, quelles démarches concrètes allez-vous entreprendre pour l’améliorer?

\*\*\* Vous pouvez consigner votre réflexion ici \*\*\*

#

# Version de démonstration et Minimum Viable Product (MVP)

## Qu’est-ce qu’une version de démonstration et un MVP?

Essayez d’entrer en contact avec des client-e-s le plus tôt possible afin d’avoir des feed-back sur votre future offre. Vous pouvez utiliser ces feed-back pour améliorer votre projet ou service. Étant donné que vous parcourrez le programme myidea.ch en quelques semaines et que vous ne pourrez en principe pas développer votre produit ou service jusqu’à son lancement sur le marché, il est important que vous trouviez quand même un moyen d’obtenir des retours. Ce faisant, vous devez vous assurer que vos interlocuteurs/-trices puissent se représenter le mieux possible ou même tester (partiellement) votre produit ou service. Plusieurs possibilités s’offrent à vous. Parmi elles, la création d’une version de démonstration ou d’un MVP.

**Version de démonstration:** le produit ou service doit être simulé à l’aide d’une version de démonstration. En d’autres termes: on fait comme si. Cependant, le produit ou service ne fonctionne pas encore réellement. Par exemple, si vous souhaitez présenter le fonctionnement d’une application, vous pouvez montrer une succession des principales images d’écran à l’aide d’un croquis, d’un PowerPoint ou d’un outil en ligne. Une version de démonstration est donc une sorte de maquette utilisée pour la démonstration.

**MVP:** est un produit minimum viable. Il possède les caractéristiques essentielles d’un produit ou service, mais rien de plus! Le MVP doit permettre de tester sur les client-e-s potentiels les principales hypothèses qui sous-tendent une idée entrepreneuriale, de façon systématique, le plus tôt possible et à moindre coût. Les feed-back des client-e-s peuvent être recueillis à tout moment pour améliorer progressivement le produit ou service.

## MyBambooBike

**Principales hypothèses:**

* Les client-e-s s’intéressent aux vélos en bambou.
* Les client-e-s sont prêts à commander des vélos en bambou en ligne.
* Il y a suffisamment de clients et clientes prêts à opter pour des matériaux alternatifs (les early adopters, c’est-à-dire les personnes qui sont parmi les premières à adopter des innovations et des idées inédites).

**Comment les principales hypothèses peuvent-elles être vérifiées?**

Construire son propre vélo en bambou en seulement quelques semaines est une tâche difficile. Voici deux options pour vérifier les hypothèses de base:

1. On trouve sur Internet des kits d’assemblage de cadres de vélo en bambou. L’équipe fondatrice achète un kit, l’assemble et interroge des personnes concernées.
2. L’équipe fondatrice cherche sur Internet une belle photo d’un vélo en bambou, l’image qui se rapproche le plus possible de son idée.

Munie du vélo assemblé ou de la photo, l’équipe fondatrice de MyBambooBike entre alors en contact avec les groupes de personnes suivantes afin de recueillir leurs feed-back:

* Propriétaires de magasins de vélos ou de boutiques design qui se soucient de la durabilité et commercialisent des vélos haut de gamme et stylés.
* Gérant-e-s ou employé-e-s de boutiques en ligne qui vendent des produits durables et pourraient également inclure dans leur assortiment un vélo en bambou. Dans l’idéal, l’une des boutiques pourrait proposer le vélo en bambou à la vente. Les client-e-s qui cliquent sur le produit verraient alors qu’il s’agit d’un produit qui viendra bientôt étoffer l’offre de la boutique en question, s’il suscite suffisamment d’intérêt.
* Les fabricant-e-s de vélos qui produisent également des vélos en bambou, mais sont actifs dans d’autres pays et, dans un premier temps, ne représentent pas une concurrence directe.
* Des entrepreneurs/-ses qui ont déjà tenté de vendre des vélos en bambou, mais ont dû entre-temps fermer leur entreprise. C’est précisément auprès de ces fondateurs/-trices qu’on peut obtenir des informations utiles sur ce qu’il ne faut PAS faire.

## Votre version de démonstration ou votre MVP

**Exercice:**

* Pensez à l’hypothèse principale ou aux hypothèses principales que vous voulez tester à l’aide de la version de démonstration ou du MVP. En d’autres termes: Quelles questions en suspens devez-vous clarifier pour mieux évaluer le succès potentiel de votre produit ou service sur le marché et à quoi il devrait-il ressembler?
* À quoi ressemblerait votre version de démonstration ou votre MVP avec laquelle ou lequel vous pourriez tester vos hypothèses?
* Organisez un entretien avec un/une expert-e. Présentez-lui votre version de démonstration ou votre MVP lors de l’entretien.
* Si possible, entrez en contact avec des clients et clientes potentiels pour recueillir leurs feed-back ou même leur vendre le produit.
* Dans la mesure du possible, énumérez les changements concrets que vous souhaitez apporter à votre produit ou service à la lumière des retours recueillis.

\*\*\* Vous pouvez décrire votre version de démonstration ou votre MVP ici. Vous pouvez également ajouter des photos. \*\*\*

## Réflexion

* Réfléchissez à votre façon d’aborder l’entretien. Ce faisant, prenez en compte les points suivants: recherche d’expert-e-s, timing, préparation, tenue. Terminez votre réflexion par une liste de trois ou cinq points intitulée «Voici comment je procède» (p. ex. je prévois au moins deux semaines entre la demande rendez-vous et la date de l’entretien, je prévois un plan B au cas où la personne que je souhaite rencontrer se désisterait), qui vous servira lors de votre prochain entretien.

\*\*\* Vous pouvez noter votre réflexion ici \*\*\*

# Modèle d’entreprise

## Qu’est-ce qu’un modèle d’entreprise?

Le modèle d’entreprise explique le fonctionnement d’une entreprise dans son ensemble ainsi que la manière dont interagissent les différents éléments du modèle d’entreprise. Il doit notamment apporter des réponses aux questions suivantes:

1. **Proposition de valeur: Quelle est la proposition de valeur?**
* Quelle valeur créons-nous pour nos client-e-s?
* Quel problème résolvons-nous pour notre clientèle?
* Quels sont les besoins des client-e-s que nous satisfaisons?
1. **Groupe cible: Qui sont nos client-e-s?**
* Quel est le groupe de personnes ou le groupe cible auquel s’adresse notre produit ou service?
* Avons-nous un ou plusieurs groupes cibles? Lesquels?
1. **Prestation fournie (valeur ajoutée): Comment le produit ou service est-il conçu?**
* Quelles sont les activités clés à mettre en œuvre pour concrétiser la proposition de valeur?
* Quelles sont les ressources clés nécessaires?
* Qui sont nos partenaires clés?
1. **Modèle de revenus:**
* **Chiffre d’affaires:** Comment le chiffre d’affaires est-il réalisé?
* **Coûts:** Quels sont les principaux postes de coûts?

**Attention:** chaque entreprise a des responsabilités sociales, écologiques et éthiques. Les client-e-s exigent de plus en plus que ces responsabilités soient assumées. Par conséquent, élaborez votre modèle d’entreprise de manière à ce que ces aspects – sociaux, écologiques et éthiques – soient pris en compte systématiquement, dans chaque élément du modèle d’entreprise. Veillez également à ce que ces aspects transparaissent dans la communication. Les client-e-s doivent comprendre pourquoi le produit ou service peut être plus onéreux et être prêt-e-s à payer ce supplément de prix.

## MyBambooBike

**1. Proposition de valeur:** Les client-e-s acquièrent un vélo au look naturel et minimaliste, fabriqué dans le respect de l’environnement. Il s’agit d’un vélo stylé avec lequel on ne passe pas inaperçu.

**2. Groupe cible:** MyBambooBike s’adresse aux amateurs/-trices de vélos qui accordent de l’importance à la durabilité et au design.

**3. Prestation fournie (valeur ajoutée)**

***Activités clés***

* Design des vélos
* Développement de partenariats avec les fournisseurs
* Conception et maintenance du site Internet
* Marketing
* Traitement des commandes des client-e-s
* Assemblage des vélos en Suisse
* Mise en place et maintien d’un réseau de concessionnaires

***Ressources clés***

* ***Compétences en matière de design:*** MyBambooBike a la volonté de produire un vélo stylé, qui se distingue de tous les autres vélos, y compris ceux en bambou. C’est pourquoi l’entreprise doit compter sur les compétences d’un/une excellent-e designer industriel/-le au sein de son équipe ou engager cette personne en tant que free-lance.
* ***Savoir-faire en marketing:*** MyBambooBike veut entrer dans un segment haut de gamme du marché. Son produit haut de gamme et durable justifie cette volonté. L’entreprise doit adopter une stratégie marketing durable et convaincante afin de communiquer cette valeur à ses client-e-s potentiels.

***Partenaires clés***

* Fournisseur de cadres du Vietnam: MyBambooBike doit s’assurer de la qualité supérieure et constante des cadres en bambou.
* Excellent-e designer industriel/-le (voir aussi le point «Ressources clés»)
* Développement de partenariats avec des concessionnaires en adéquation parfaite avec la philosophie de MyBambooBike

**4. Modèle de revenus**

* **Chiffre d’affaires:** ventes de vélos en bambou
* **Structure de coûts:** les principaux postes de coûts sont les coûts du personnel à Berne, les coûts de la matière première et les coûts de marketing.

## Votre modèle d’entreprise

**Exercice:** Répondez aux questions posées au point 5 a. Si cela s’avère utile, n’oubliez pas de modifier votre modèle d’entreprise à la lumière des nouvelles informations.

\*\*\* Vous pouvez décrire votre modèle d’entreprise ici \*\*\*

## Réflexion

Décrivez une à trois difficultés majeures que vous avez rencontrées en développant votre modèle d’entreprise et en travaillant en équipe.

**1. Développement du modèle d’entreprise** (p. ex. il a été difficile de fixer le prix du produit)

|  |  |
| --- | --- |
| * **Difficulté**
 | * **Solution**
 |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**2. Collaboration en équipe** (p. ex. il a été difficile de développer une vision commune de l’entreprise). Expliquez pourquoi ces difficultés sont apparues et proposez une solution concrète pour chacune d’elles.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| * **Difficulté**
 | * **Origine**
 | * **Solution**
 |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

# Caractéristique distinctive

## Qu’est-ce qu’une caractéristique distinctive?

Une caractéristique distinctive décrit le caractère unique d’une offre de vente. On parle aussi d’une USP, autrement dit d’une Unique Selling Proposition. On peut traduire ce terme par proposition de valeur unique. La caractéristique distinctive doit être une caractéristique de performance exceptionnelle, quelque chose qui vous permet de vous distinguer de la concurrence. Cependant, il ne suffit pas de se différencier de la concurrence, la caractéristique doit également être pertinente pour la clientèle.

## MyBambooBike

Les vélos de MyBambooBike se distinguent par leur look unique: le bambou est un matériau noble et naturel. Le vélo se différencie clairement des autres vélos en acier ou en carbone. De plus, MyBambooBike veille à ce que le design soit stylé et intemporel. Bien qu’il soit suffisamment stable et qu’il absorbe bien les chocs grâce à sa flexibilité, le bambou reste un matériau inhabituel pour la fabrication de vélos. Le caractère naturel ne transparaît pas seulement dans le design: le bambou est une ressource renouvelable, et MyBambooBike a sélectionné son entreprise partenaire au Vietnam, parce qu’elle utilise un bambou qui provient de forêts durables et que ses employé-e-s bénéficient de conditions de travail équitables.

## Votre modèle d’entreprise

**Exercice:**

Quelle est la caractéristique distinctive de votre produit ou service? Expliquez ce que vous faites autrement que les autres entreprises avec lesquelles vous serez en concurrence.

\*\*\* Vous pouvez noter ici la caractéristique distinctive de votre produit ou service ici \*\*\*

## Réflexion

* Expliquez comment vous avez testé la pertinence de la caractéristique distinctive de votre produit ou service pour votre clientèle.
* Analysez cette caractéristique distinctive. Vérifiez notamment si elle est unique, ou si vous connaissez d’autres fournisseurs d’un produit ou service similaire.

\*\*\* Vous pouvez consigner votre réflexion ici \*\*\*

#

# Concept marketing

## Qu’est qu’un concept marketing?

Un concept marketing décrit l’ensemble des mesures de marketing d’une entreprise. Les 4 P sont un moyen connu et courant de décrire un concept marketing: Produit, Prix, Place, Promotion. Il importe que les 4 P soient conçus de manière à ce que le marketing mix global aboutisse à un concept cohérent.

L’un des défis majeurs de toute start-up est de se faire connaître auprès de son groupe cible et de faire connaître sa caractéristique distinctive, et ce, bien que l’entreprise soit jeune et bénéficie généralement de peu de crédibilité sur le marché. Alors comment les client-e-s sont censés savoir qu’une jeune entreprise peut tenir ses promesses? Cela est d’autant plus difficile que les start-up disposent généralement de ressources limitées. Elles doivent donc mettre en œuvre des activités marketing innovantes et créatives qui leur permettent d’atteindre leur groupe cible tout minimisant les coûts.

## MyBambooBike

**Produit**

* L’entreprise vend des vélos en bambou au design minimaliste, stylés et haut de gamme. Les pièces d’assemblage sont en aluminium (un matériau plus écologique que le carbone). Les câbles sont logés dans le cadre.
* Chaque vélo peut être personnalisé par une gravure sur le cadre.

**Place**

Les vélos en bambou sont vendus via deux canaux de distribution:

* Sur Internet, dans la boutique en ligne de l’entreprise
* Chez certains concessionnaires. Il s’agit d’une part de boutiques de design (en ligne et hors ligne), dont les propriétaires accordent de l’importance à la durabilité, et d’autre part de marchands de vélos sélectionnés.

**Prix**

* Étant donné que MyBambooBike mise sur la qualité de son produit et s’adresse à un public cible très attaché à la qualité, à la durabilité et à l’équité, les vélos sont vendus à un prix élevé. Le prix moyen d’un vélo est d’environ CHF 3000.
* En ce qui concerne la coopération avec les concessionnaires, ils/elles doivent régler les vélos à la livraison et s’engagent à acquérir cinq vélos au minimum. Ces conditions présentent des avantages en termes de liquidités (c.-à-d. la capacité de faire face aux obligations de paiement) et réduisent les charges administratives.

**Promotion**

* L’entreprise équipe des coursiers à vélo dans de grandes villes afin qu’ils en fassent la promotion tout en travaillant.
* Visite annuelle de l’Eurobike, le Salon international du vélo de Friedrichshafen. C’est l’occasion de nouer des contacts avec des concessionnaires et même de leur vendre le produit.
* Travail avec la presse, notamment avec des médias spécialisés en cyclisme, en mode de vie durable, etc.
* Concours annuel de design avec la participation de jeunes designers d’une haute école avec un nouveau défi chaque année (p. ex. un vélo en bambou pour le trafic urbain). Le vélo gagnant est commercialisé par l’entreprise. Si le nombre de précommandes est suffisant, le vélo est produit et l’équipe de designers reçoit une part des bénéfices.
* L’entreprise veille également à n’utiliser que des photos de grande qualité sur son site Internet et sur les autres supports de marketing. C’est impératif pour véhiculer la qualité haut de gamme des vélos. Pour ce faire, MyBambooBike collabore avec un bon photographe (voir l’exemple de photo ci-dessous).
* **Photo:** mise à disposition par Drehmoment-Bikes.

## Votre concept marketing

**Exercice:**

Décrivez votre concept marketing. Pour ce faire, vous pouvez par exemple utiliser les 4 P du marketing.

\*\*\* Vous pouvez décrire votre concept marketing ici \*\*\*

## Réflexion

* Expliquez pourquoi vous avez choisi les mesures de marketing présentées.
* Décrivez aussi précisément que possible ce qui vous a servi de point de repère lors de l’élaboration de ces mesures (p. ex. Avez-vous demandé conseil à quelqu’un? Avez-vous fait des recherches sur des mesures mises en œuvre par d’autres jeunes entreprises?
* Repassez toutes les mesures de marketing en revue: choisissez l’une d’elles et réfléchissez à la manière dont vous pourriez obtenir les mêmes effets à moindre coût.

\*\*\* Vous pouvez consigner votre réflexion ici \*\*\*

#

# Marge sur coûts et seuil de rentabilité

## Comment savoir si mon entreprise pourrait être rentable?

Pour concrétiser financièrement votre idée entrepreneuriale et pour vous faire une idée de la rentabilité de votre projet, il peut être utile d’effectuer les calculs suivants:

**Étape 1: calcul des coûts variables par unité pour déterminer la marge sur coûts.** On énumère et on additionne les coûts variables (coûts directs) résultant de la production d’une unité supplémentaire du produit ou service concerné. Pour ce faire, il faut d’abord déterminer l’unité de vente pertinente.

**Étape 2: calcul de la marge sur coûts.** On déduit la somme des coûts variables du prix de vente estimé. On obtient ainsi le montant disponible pour couvrir les coûts fixes et le bénéfice pour chaque unité vendue (à condition que le seuil de rentabilité, autrement dit le moment à partir duquel des bénéfices sont générés, soit dépassé).

**Étape 3: calcul des coûts fixes.** On additionne tous les coûts fixes pour une période donnée (p. ex. pour un an). Il s’agit des coûts générés indépendamment du nombre de produits ou services vendus. Par exemple, les salaires, les loyers ou les assurances doivent être payés même si l’entreprise vend peu ou ne vend pas de produits ou services.

**Étape 4: calcul du seuil de rentabilité.** En divisant la somme des coûts fixes par le montant de la marge sur coûts, on obtient le nombre d’unités qui doivent être vendues pour atteindre le seuil de rentabilité. Chaque unité supplémentaire vendue contribue au bénéfice.

## MyBambooBike

Vous trouverez les calculs pour MyBambooBike dans le tableau Excel intitulé «MyBambooBike: marge sur coûts et seuil de rentabilité».

## Marge sur coûts et seuil de rentabilité

**Exercice:**

Faites le calcul de la marge sur coûts et du seuil de rentabilité dans un tableau Excel. Utilisez le tableau Excel de MyBambooBike comme modèle.

Dans les estimations de coûts, signalez les coûts pour lesquels vous avez encore des doutes et faites une proposition concrète là où vous avez pu obtenir de l’aide pour estimer les chiffres avec plus de précision.

## Réflexion

* Décrivez comment vous avez trouvé le calcul de la marge sur coûts et du seuil de rentabilité (facile/difficile/justification).
* Parcourez de nouveau vos calculs: demandez-vous si votre entreprise est économiquement viable ou non. En d’autres termes: compte tenu de ce que vous venez d’apprendre, est-il possible d’atteindre le seuil de rentabilité avec votre modèle d’entreprise?
* Citez une mesure concrète qui pourrait rendre votre entreprise plus rentable?

\*\*\* Vous pouvez consigner votre réflexion ici \*\*\*

#

# Équipe de fondateurs/-trices

## Quel est le profil d’une équipe fondatrice?

Fonder une entreprise en équipe présente de nombreux avantages. Chaque personne apporte des compétences et des réseaux de relations différents. Si l’entreprise doit faire face à des difficultés, les membres de l’équipe peuvent chercher des solutions ensemble et se motiver mutuellement. Ils peuvent prendre les décisions importantes ensemble en considérant différents points de vue. Cependant, le travail en équipe présente aussi des inconvénients: la concertation et les décisions communes peuvent faire perdre du temps et de l’énergie, des conflits et des tensions peuvent surgir.

Important: les personnes qui décident de fonder une entreprise ensemble doivent avoir les visions similaires de l’objectif de l’entreprise. S’agit-il de gagner le plus d’argent possible et de croître rapidement? S’agit-il d’être indépendant et de ne pas avoir de patron? Dans ce dernier cas, la croissance de l’entreprise ne joue peut-être pas un rôle important. Il importe également d’avoir une répartition claire des compétences: Qui est responsable de quoi? Qui est responsable de prendre des décisions dans un domaine donné? Quelles décisions sont prises conjointement?

Le financement est un autre sujet qu’il faut clarifier à tout prix: Quel est l’apport d’argent de chacun-e dans l’entreprise? Qui reçoit combien d’actions? Quelle est la situation financière de chacun-e? Combien d’argent est-on prêt à investir et, le cas échéant, à perdre? Il ne faut pas oublier que de nombreuses start-up échouent.

## MyBambooBike

**Anna**

* CFC de mécanicienne de vélo
* Deux ans d’expérience en tant qu’employée dans un magasin de vélos.
* Passionnée de bicyclettes, avec un faible pour des vélos stylés, sobres et haut de gamme.
* Pour Anna, la durabilité est un aspect important, et elle ne fait pas de compromis sur ce point. Elle pense que la durabilité est un sujet d’avenir qui revêt de plus en plus d’importance pour les client-e-s.
* Domaines de compétence: conception de vélos, conseil à la clientèle, assurance qualité.

**Pierre**

* CFC d’employé de commerce
* Il est aussi passionné de vélos, et il s’est laissé séduire par l’idée d’Anna.
* Domaines de compétence: il s’occupe des aspects financiers et administratifs de l’entreprise.

**Domaines de compétence communs:**

* Les décisions qui impliquent des engagements financiers importants.
* Le conseil à la clientèle. Cela leur permet à tous les deux de développer une bonne perception des souhaits et des besoins des client-e-s.

## Votre équipe fondatrice

***Exercice:*** *Présentez votre équipe fondatrice. Ajoutez une photo de chaque personne, puis rédigez un bref portrait: Quels sont les points forts de chaque personne? Qui s’occupe de quoi?*



* xxx
* xxx
* xxx
* xxx



* xxx
* xxx
* xxx
* xxx

## Réflexion

* Demandez-vous si votre équipe possède les compétences nécessaires pour mener cette entreprise vers le succès. Notez au moins cinq éléments qui confirment cela. Réfléchissez également aux compétences concrètes qui font encore défaut dans votre équipe. Proposez d’autres membres pour compléter votre équipe.

**Voici ce qui contribue à notre succès:**

1. …
2. …
3. …
4. …
5. …

**Voici les compétences qui nous font défaut:**

* …
* …
* …

**Voici les membres dont nous avons besoin:**

* …
* …
* …

# Et ensuite?

**Réflexion finale.** Demandez-vous si vous oseriez réellement lancer votre propre entreprise dans votre situation actuelle ou juste après avoir achevé votre formation. Si non: Que vous manque-t-il? Si oui: À quoi ressemblerait votre entreprise?

\*\*\* Vous pouvez consigner votre réflexion ici \*\*\*