

développer son entreprise : les outils

en fonction des questions de l'entrepreneur,

- un point global est fait lors de la première séance de travail
 - notamment sur l'activité actuelle de l'entreprise
 - sur les raisons du questionnement de l'entrepreneur
- ci après la liste des outils sélectionnés par Intencity
 - en fonction du besoin de l'entrepreneur, nous insisterons plutôt sur l'un ou l'autre
- l'objectif est de fournir les éléments pour permettre à l'entrepreneur
 - de valider la complémentarité ou non des nouvelles activités avec celles existantes
 - éventuellement d'améliorer sa productivité ou l'organisation du travail, faciliter sa gestion
 - de prendre une décision sur les évolutions envisagées pour son activité aux niveaux commercial, production



développer son entreprise : les outils d'analyse marché et fonctionnement



pour identifier la demande : les principales questions

- le besoin, la demande, ce que les gens, les clients veulent
- ce que je peux faire, ce que je veux faire
- ce que font les autres, entreprises ou institutions,
- ce qui se passe dans l'environnement
 - réglementation
 - évolutions technologiques
 - ...



analyse environnementale

tendances
démographiques

influences
socio-culturel

développement
technologie

commerce
international

pressions politiques et
réglementaires

impact macro économie



l'environnement : sources d'informations

- insee :
 - démographie, conjoncture, analyse par secteur...
- syndicat de la profession
- revue de presse

Analyse de la structure d'une industrie

menaces de nouveaux entrants

pouvoir de négociation des fournisseurs

intensité de la concurrence

pouvoir de négociation des acheteurs

menaces de produits de substitution

structure de l'industrie : sources d'informations

- votre entreprise
- syndicat, fédération...
- à noter : AFE, petites fiches très complètes, spécifiques TPE



l'offre : les premières questions à se poser

- quel besoin du client a été ainsi satisfait ? quel problème a été résolu ?
- cible client : à qui cette offre apporte-t-elle de la valeur ?
- le bénéfice de l'offre, vu par le client
- combien est-il prêt à payer ?
- le mix marketing en découle



confronter l'offre au(x) marché(s)

- premier point à valider : dans quel marché l'offre évolue-t-elle ? (empirique)
 - quel est le besoin couvert ?
 - qui sont les principaux acteurs ? quelles sont les principales contraintes ?
- deuxième point à valider : le bénéfice client proposé permet-il de se différencier des concurrents ? (analyse de la concurrence)
 - pourquoi ? prix, service rendu, distribution, SAV.....
- puis confronter l'offre au marché : comment ?
 - tester l'offre, même en conditions dégradées,
 - évaluer son potentiel, en quantité
- en déduire :
 - les menaces ou opportunités auxquelles vous n'auriez pas pensé,

analyse concurrentielle

nom et date implantation	mesure de la performance	capacités	objectifs/ valeurs	stratégie

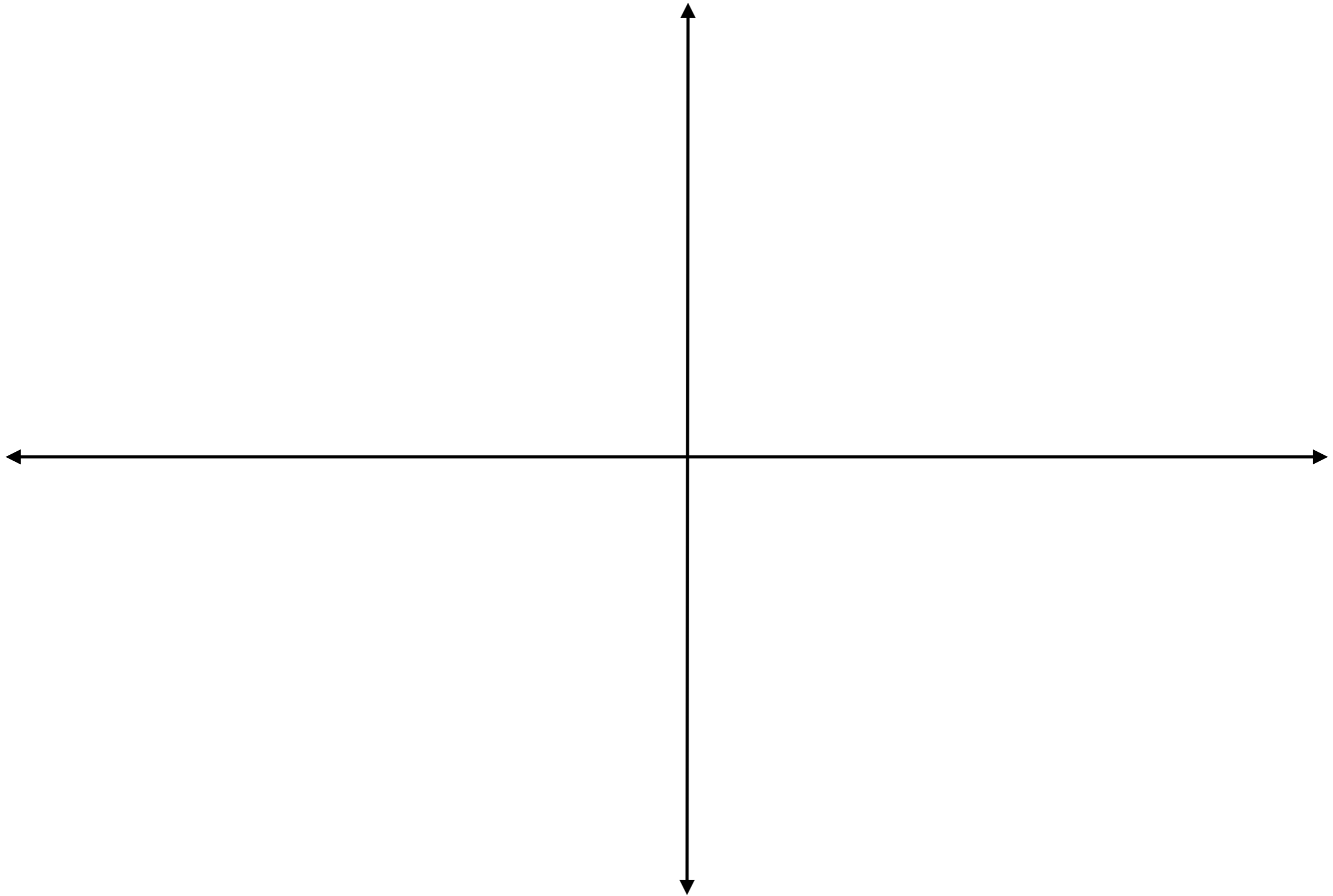
analyse concurrentielle : sources d'information

- à partir de la liste des acteurs du secteur, des principaux concurrents,
 - leurs sites internet
 - revue de presse
 - leur demander un devis, leur acheter quelque chose
 - les contacter
 -
-

caractériser et comprendre le marché : outils

- analyse concurrentielle : identifier et caractériser les principaux acteurs,
- la vie du marché : à quel stade en est il ?
- benchmark : positionnement de chaque acteur
- mapping : synthétiser la description du marché et en valider sa compréhension. Est ce que tous les acteurs peuvent être facilement positionnés ?
- étude de marché qualitative :
 - clarifier le besoin, la cible de clientèle, identifier les bénéfiques clients possibles,
- étude de marché / analyse quantitative :
 - préciser la taille du marché et des différents acteurs, valider son évolution
- la plupart des informations peuvent être obtenues:
 - en consultant les sites des entreprises, en demandant des devis, en les contactant,
 - à partir de quelques données démographiques de base en général accessibles au public

mapping : définir les 2 axes « usages » et positionner les concurrents



marché : menaces / opportunités

menaces

opportunités

les sources d'information qui permettent de qualifier et quantifier un marché

- l'analyse concurrentielle et le benchmark
 - des achats auprès des concurrents, des demandes de devis...
- l'étude de marché qualitative
 - quelques interviews peuvent être suffisantes
- l'étude de marché quantitative
 - peut être réalisée à partir de données publiques
- le chiffre d'affaires des acteurs et son évolution,
 - concentration du marché ou non
 - stade de vie
- le site internet du régulateur et/ou du syndicat de la profession
- les éventuelles campagnes de presse, réseaux sociaux, blog..

description de votre entreprise : comment fabriquez vous votre produit / service

- activités clé et savoir faire
- ressources clé : peut être un logiciel, une machine, un savoir faire...
- partenariat
- structure de coût : coûts fixes / coûts variables



analyse de votre entreprise

forces

faiblesses

synthèse de votre projet : le business model canvas

partenariats clé	activités clé	votre offre	relation client	cible client
	ressources clé		canaux de distribution	
structure de cout			structure de revenu	



synthèse de votre projet : matrice swot

opportunités

menaces

forces

faiblesses

développer son entreprise : éléments de comptabilité et gestion



à quoi et à qui sert la comptabilité ?

- avoir une idée sur la santé de l'entreprise
 - capacité à générer des flux d'argent futurs
- obligations légales
 - par exemple, elle valide l'assiette d'un certain nombre de taxes, impôts...
- donner une visibilité fiable aux tiers
 - état, associés, salariés, fournisseurs, clients, banque...
- et bien sûr à vous, chef d'entreprise : outil de pilotage



quels événements sont comptabilisés ?

- achat ou vente de passifs, d'actifs ou de services avec les tiers
- changement de valeur d'un élément d'actif ou de passif
 - au cours du temps ou des processus internes (fabrication par exemple)
- par opposition aux intentions
 - je vous fournirai 10 000 unités d'ici six mois
 - je les paierais quand je les aurais
 - échange de promesses



règle comptable et décision

évènements, actions



règles
comptables



décisions du management



information financière

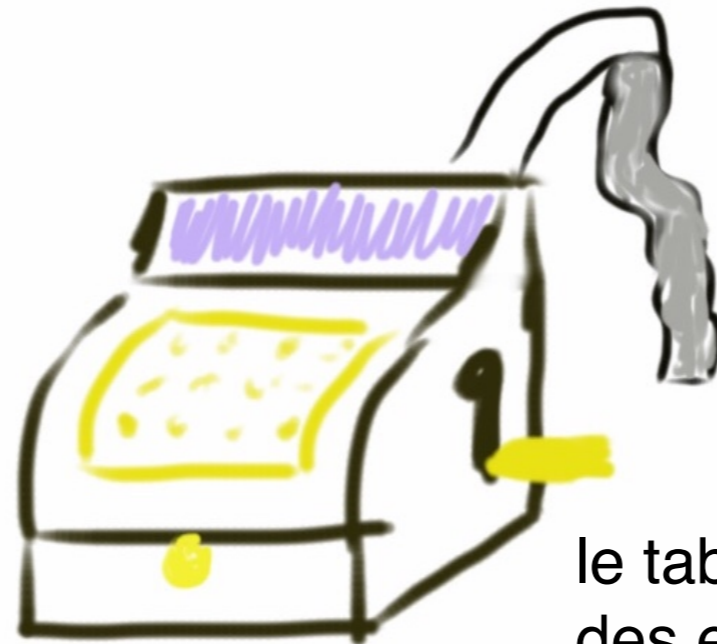
les outils de synthèse de la comptabilité



le bilan : photo à l'instant t de la situation financière,

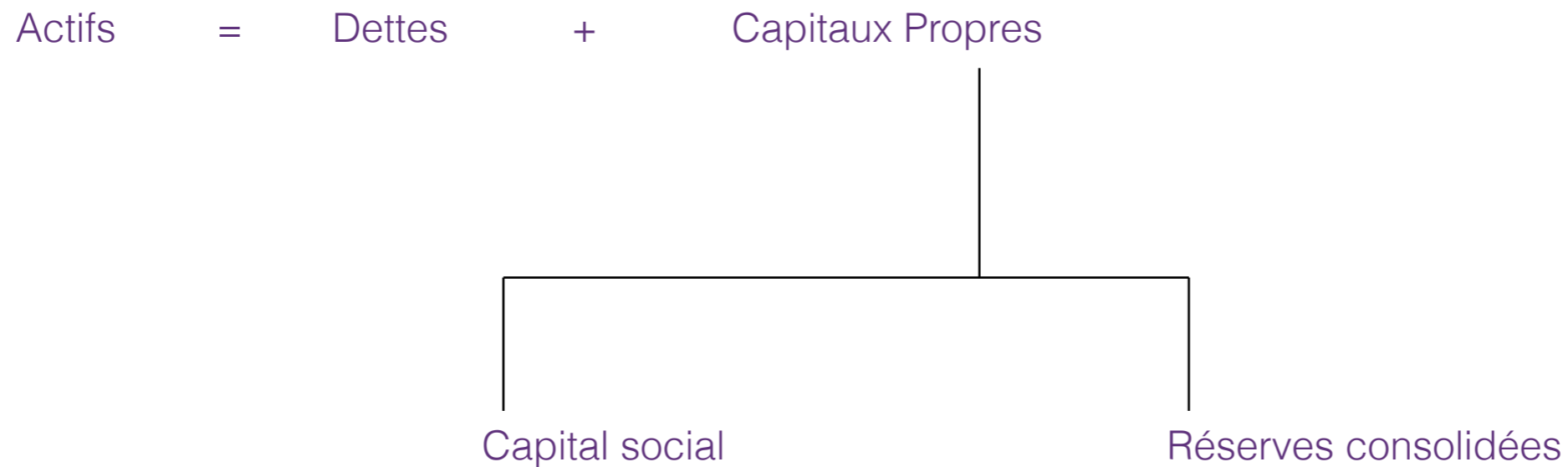


le compte de résultat : le film de l'activité pendant une période donnée.



le tableau des flux de trésorerie : le film des encaissements et décaissements pendant une période donnée

le principe de l'égalité comptable



- l'égalité comptable est vraie à tout moment et pour tout enregistrement de transaction ou d'événement.
- elle montre à chaque moment comment chaque événement impacte ou non la variation des actifs et des passifs.

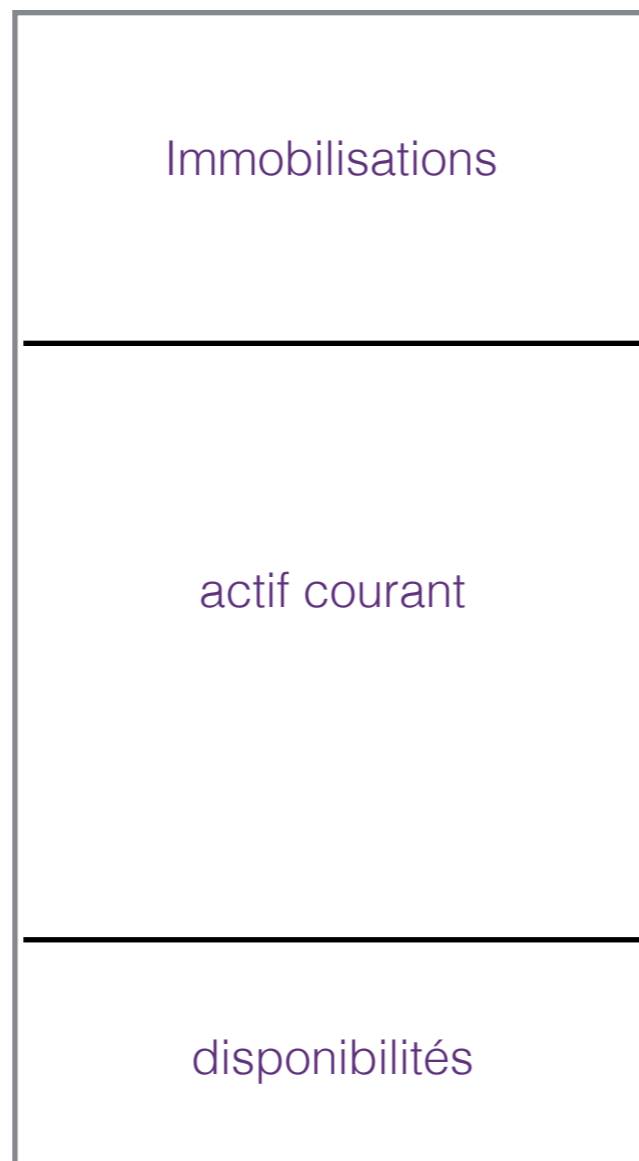
Le bilan : une photographie à l'instant t de la situation financière de l'entreprise

- ce qu'elle possède, ce dont elle a besoin pour fonctionner :
les actifs
 - trésorerie, encours clients, équipement, terrains, matières premières, ...
- ce qu'elle doit : ses dettes
 - montants et droits dus par l'entreprise
 - dette long terme, dette court terme
- ce que les associés ont mis dans l'entreprise: investissement initial des associés ou actionnaires
- augmenté ou diminué de l'argent que l'entreprise aura gagné (et non distribué) ou perdu depuis le début de son activité



le bilan

ACTIFS



PASSIFS



Le compte de résultat

- c'est un film qui rend compte
 - de ce que l'entreprise a vendu pendant une période donnée : les produits
 - et des efforts qu'elle a dû consentir pour parvenir à produire et vendre durant cette même période : les charges
- le résultat est la différence entre les produits et les charges constatés ou estimés sur une même période

le compte de résultat

	période donnée
Produit des ventes ou de la prestation de service	
• (-) Coût des biens vendus	
• (-) dépenses opérationnelles	
= Résultat opérationnel avant produit et charges	
• (-) charges non récurrentes (mais opérationnelles)	
= Résultat opérationnel	
• (-) coût de l'endettement	
• +/- autres produits et charges financiers	
• + résultat des sociétés mises en équivalence	
= Résultat courant avant impôt	
• (+) produits exceptionnels	
• (-) charges exceptionnelles	
• (-) Impôt sur le résultat	
• (-) participation des salariés aux résultats de l'entreprise	
= Résultat net	

réconcilier compte de résultat et bilan

- Le compte de résultat recense l'ensemble des flux qui modifient positivement ou négativement le patrimoine de l'entreprise pendant une période donnée
 - les produits qui génèrent de la richesse,
 - et les charges qui en détruisent.
- Le solde de ces flux, ou résultat, est
 - positif lorsque la valeur du patrimoine de l'entreprise a augmenté sur la période considérée ;
 - négatif lorsque l'entreprise s'est appauvrie.



quelques notes de méthode

- si l'entreprise décide de distribuer des dividendes, c'est à dire une partie du résultat à ses actionnaires ou associés alors cet argent sort de l'entreprise et le compte de réserve sera diminué d'autant
- c'est une opération post-compte de résultat



Le tableau des flux de trésorerie

- les activités opérationnelles
 - recettes-dépenses courantes
- les activités d'investissement
 - dépenses d'immobilisations
 - ventes d'immobilisations
- les activités de financement
 - prise de dettes
 - remboursement de dettes
 - augmentation de capital

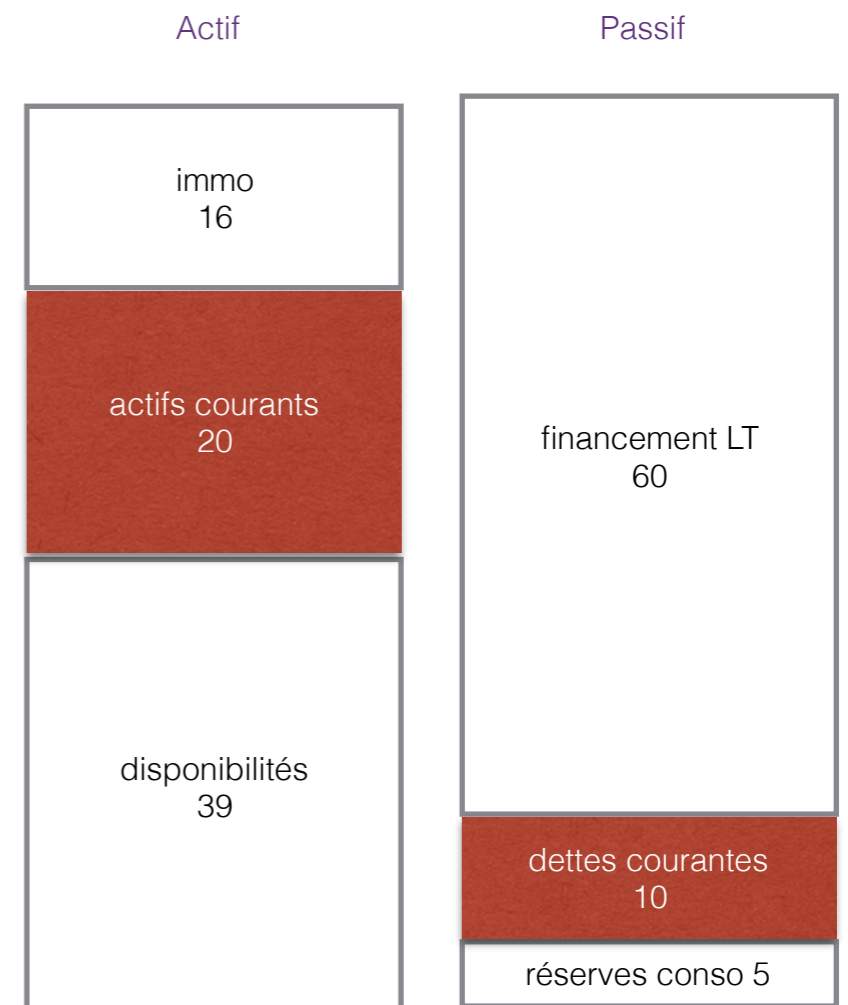


réconcilier tableau de trésorerie et bilan

- Les différents types de tableaux de flux de trésorerie analysent la variation de l'endettement net d'une société en distinguant les flux provenant respectivement des processus d'exploitation, d'investissement et de financement.
- Ils privilégient donc la notion de flux au détriment des concepts plus pérennes d'actif ou de patrimoine.
- Leur intérêt principal est donc de permettre une analyse dynamique des investissements effectués par l'entreprise, et de leur rentabilité.

La notion de BFR

- le Besoin en fond de roulement correspond à l'actif courant net, c'est à dire aux actifs courants moins les dettes courantes.
- Ici, $20 - 10 = 10$
- le BFR comme son nom l'indique correspond à la masse financière immobilisée par le cycle de production même. Elle peut varier en fonction de l'activité et des efforts de gestion.
- Si l'activité s'arrête, le BFR disparaît et cet argent est à nouveau disponible.



source pour retrouver toutes les définitions

- <http://www.lesechos.fr/finance-marches/vernimmen/index.php>

