

LA BOÎTE À OUTILS

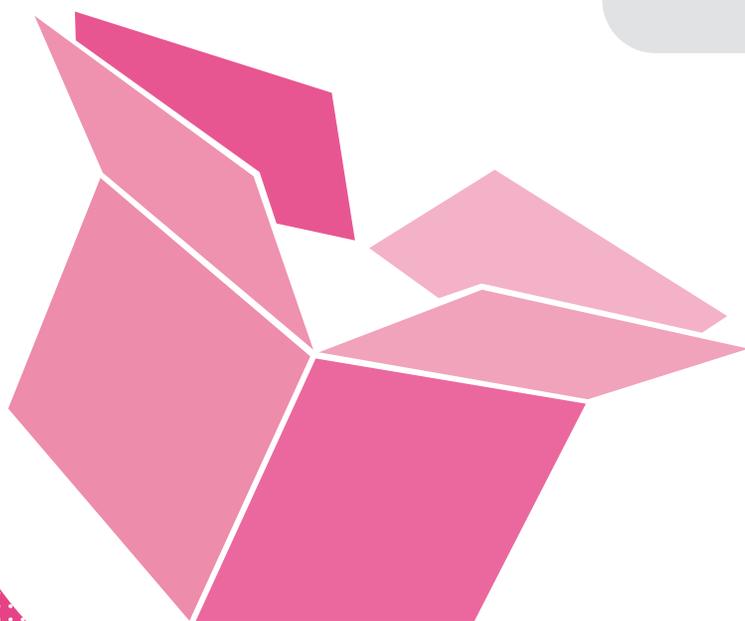
DU

MICRO- ENTREPRENEUR

Jacques Hellart
Caroline Selmer

64 outils
clés en main

3^e édition



DUNOD

Crédits iconographiques

Les pictogrammes suivants proviennent de The Noun Project

Dossier 1 : © Fiona OM, © Ian Mawle, © icon 54, © Gregor Cresnar, © Alfredo Hernandez / Outil 1 : © Ian Mawle, © Aldric Rodriguez, © YuguDesign / Outil 2 : © Claire Jones, © Don BLC / Outil 4 : © Gregor Cresnar / Outil 7 : © icon 54 / Outil 11 : © Dan Hetteix / Outil 12 : © Claire Jones / Outil 14 : © Andrew K. Stauffer, © David / Outils 15 et 16 : © Ealancheliyans, © Roy Martens / Outil 21 : © Edward Boatman, © Alfredo Hernandez / Outil 22 : © Rflor, © Laurent Caniver, © Alex Tai, © Fiona OM / Dossier 3 : © Gregor Cresnar / Outil 24 : © Gregor Cresnar, © Alex tai, © Y, © Yamini Ahluwalia, © icon 54 / Outil 26 : © Patengerie, © Gregor Cresnar / Outil 27 : © icon 54, © Aldric Rodriguez, © stefano corradetti, © Austin Andrews, © Jamie Dickinson, © Alfredo Hernandez / Outil 28 : © José Campos, © Chameleon Design / Outil 29 : © Alexander Romanov, © Glenis Gomez Rios, © Coby Graphics 1 / Outil 31 : © Michael Thompson, © Wilson Joseph / Outil 34 : © Gregor Cresnar, © Wilson Joseph, © YuguDesign / Outil 36 : © Ben Hantoot, © Pablo Rozenberg, © Five by Five / Outil 37 : © Castor & Pollux, © Creative Stall, © Dan Hetteix / Outil 38 : © Alfredo Hernandez, © Guilhem / Outil 39 : © Berkey Sargin, © Rigo Peter, © Dan Hetteix, Benoît Champy / Outil 40 : © Max Miner, © Mark Shorter, © Roy Milton / Outil 44 : Katya Sotnikova, © Gonzalo Bravo / Outil 45 : © Chameleon Design / Outil 47 : © Aldric Rodriguez, © Alex Tai, © Chris Alpaerts / Outil 48 : © Jorgen Bovolden / Outil 51 : © YuguDesign, © Edward Boatman, © Zlatko Najdenovski / Outil 52 : © Aldric Rodriguez / Outil 54 : © Gregor Cresnar, © Stephen Borengasser / Outil 62 : © Creative Stall, © Bluetip Design / « Le parcours du créateur d'entreprise » : © Aldric Rodriguez, © Gregor Cresnar, © icon 54, © Creative Stall, © Laurent Canivet, © Chameleon Design, © Max Miner, © CO

Éditorial : Innocentia Agbe, Lucile Lesage, Roxane Vincent

Conception de couverture : Elizabeth Riba, Studio Dunod

Maquette : mokmok agency

Fabrication : Nelly Roushdi

Mise en page : Belle Page

NOUS NOUS ENGAGEONS EN FAVEUR DE L'ENVIRONNEMENT :



PAPIER CERTIFIÉ

Nos livres sont imprimés sur des papiers certifiés pour réduire notre impact sur l'environnement.



Le format de nos ouvrages est pensé afin d'optimiser l'utilisation du papier.



Depuis plus de 30 ans, nous imprimons 70 % de nos livres en France et 25 % en Europe et nous mettons tout en œuvre pour augmenter cet engagement auprès des imprimeurs français.



Nous limitons l'utilisation du plastique sur nos ouvrages (film sur les couvertures et les livres).

© Dunod, 2023

11, rue Paul-Bert, 92240 Malakoff

www.dunod.com

ISBN 978-2-10-085537-7

VOUS AUSSI, AYEZ LE RÉFLEXE

Boîte à outils

Des outils
classés par
dossiers
thématiques

5
DOSSIER

IMAGE ET NOTORIÉTÉ

“
Être le meilleur est bien,
car tu es le premier.
Être unique est encore mieux
car tu es le seul.”

Wilson Kanadi

Une présentation
visuelle de chaque outil

Exercices



EXERCICE 1 : PHÉNOMÈNE DE CONCENTRATION

- Fermez les yeux, représentez-vous le chiffre 1.
- Lorsque vous le voyez clairement en pensée, effacez de votre esprit l'image du chiffre 1.
- Représentez-vous le chiffre 2. Continuez ainsi jusqu'à 10.

EXERCICE 2 : LA MÉTHODE DE « L'ÉCOUTE AVEC LE CŒUR »

► La technique se résume en cinq questions

1. Que s'est-il passé ?

Quelle émotion avez-vous ressentie ?

Quelle a été la plus difficile pour vous ?

Outil 33

Le Personal Branding

En quelques mots

Le Personal Branding ou la gestion de sa marque personnelle est un outil de réflexion et de mise en œuvre d'actions définies visant à contribuer à la construction de son image personnelle. En marketing de soi, le Personal Branding est l'ensemble des moyens, techniques et canaux que l'on va utiliser afin de construire son identité, se rendre visible et se promouvoir de façon pertinente et efficace. À l'instar des entreprises qui créent des marques, les rendent visibles, développent leur notoriété et travaillent leur image, il est possible et utile de construire et mettre en avant sa propre « marque ».

LES COMPOSANTES DE LA VALEUR DE L'EXPÉRIENCE POUR LE CLIENT

Composante de la valeur perçue Avec l'expérience	Ressources apportées par l'expérience à l'usage de cette valeur
Qualité Seul économiser ou gagner de l'argent	Des offres spéciales, des services personnalisés, des cadeaux, des événements ou des dispositifs gratuits.
Fiabilité Seul gagner du temps ou respecter l'horaire souhaité par le client	Une expertise bien ciblée.

Des exemples,
cas ou exercices
pour approfondir

La Boîte à outils



DES OUTILS OPÉRATIONNELS TOUT DE SUITE

MANAGEMENT / LEADERSHIP

Agilité
Dir. N. Van Laethem
Animer vos réunions
F. Gillet-Goinard, L. Maimi
Chef de projet, 3^e éd.
J. Maes, F. Debois
Conduite du changement et de la transformation, 2^e éd.
D. Autissier, J.M. Moutot, K. Johnson, et al.
Innovation managériale
D. Autissier, E. Métais-Wiersch, J.-M. Peretti
Intelligence collective, 2^e éd.
B. Arnaud, S. Caruso Cahn
Leadership, 2^e éd.
J.-P. Testa, J. Lafargue, V. Tilhet-Coartet
Management
V. Dicecca, P. Guillou
Management à distance
S. Levillain Desmarchelier
Management transversal, 2^e éd.
J.-P. Testa, B. Déroutède
Manager de managers
A. Hamayon, J. Isoré, J.-P. Testa
Manager leader, 2^e éd.
P. Bêlorgey, N. Van Laethem
Motivation
S. Micheau-Thomazeau, L. Thomas
Organisation, 3^e éd.
B. Pommeret

Stratégie d'entreprise

Acheteur, 3^e éd.
S. Canonne, P. Petit
Analyse des données
C. Coron
Consultant, 2^e éd.
P. Stern, J.-M. Schoettl
Design thinking
E. Brunet
Développement durable et RSE
V. Maymo, G. Murat
Digital en entreprise
Dir. C. Lejealle
Gamification
A. Duarte, S. Bru
Innovation, 2^e éd.
G. Benoit-Cervantes
Lean, 3^e éd.
R. Demetrescoux
Méthode OKR
L. Morisseau
Négociation, 2^e éd.
P. Stern, J. Mouton
Stratégie, 4^e éd.
B. Giboin
Supply chain, 2^e éd.
A. Perrot, P. Villemus

Gestion / Finance / Comptabilité

Auditeur financier, 3^e éd.
S. Boccon-Gibod, É. Vilmint
Comptabilité, 3^e éd.
B. Bachy
Contrôle de gestion

C. Selmer
Qualité, 5^e éd.
F. Gillet-Goinard, B. Seno
Finance d'entreprise
C. Selmer
Santé – Sécurité – Environnement, 4^e éd.
F. Gillet-Goinard, C. Monar

Ressources humaines / Formation

Accompagnement professionnel
M.-L. Barthélémy, H. Le Pennec
Bilan de compétences
N. Van Laethem
Chief Happiness Officer
A. Motte, S. Larabi, S. Boutet
Coaching, 3^e éd.
B. Ammiar, O. Kohneh-Chahri
CSE, 2^e éd.
A.-L. Smaguine
Dialogue en entreprise
A. Stimec, A. Benitah
Facilitation
E. Brunet, A. Monot
Formateurs, 4^e éd.
F. Bouchut, F. Cuisiniez, I. Cauden, et al.
Gestion des conflits, 2^e éd.
J. Salzer, A. Stimec
Onboarding
S. Loureiro
Ressources Humaines, 3^e éd.
A. Haegel
Télétravail
G. Epitalon, F. Gault, C. Rabineau

Marketing / Communication

Communication, 4^e éd.
B. Jézéquel, P. Gérard
Community manager, 2^e éd.
C. Pellerin
Conférencier, 2^e éd.
C. Morlet, B. Deloupy
Développer son activité sur le web
P. Gastaud, S. Truphème
Écrire pour le web, 2^e éd.
M. Gani
Facebook Ads et Instagram Ads
C. Pellerin
Génération de Leads
P. Gastaud
Inbound marketing et growth hacking
S. Truphème, P. Gastaud
Instagram
C. Pellerin
LinkedIn
J. Pibourret
Marketing, 4^e éd.
N. Van Laethem, B. Durand-Mégreg
Marketing digital, 2^e éd.
S. Truphème, P. Gastaud
Marketing vidéo
T. Gasio
Podcast
V. Béjot
Réseaux sociaux
C. Pellerin
SEO
B. Thiers

Commercial / Relation client

Commercial, 3^e éd.
P. Bêlorgey, S. Mercier
E-commerce, 2^e éd.
C. Delabre
Expérience client, 3^e éd.
L. Chabry, F. Gillet-Goinard, R. Jourdan
Libraire
C. Meneghetti, J.-C. Millois
Négociation commerciale
F. Vendeuvre, B. Lefèvre

Entrepreneuriat

Business plan
M. Douchy
Création d'entreprise, éd. 2023
C. Léger-Jarniou, G. Kalousis
Crowdfunding
N. Dehorter, F. Clodic-Tanguy, M. Dubois
Freelance
S. Moran
Levée de fonds
D. Bernard, C. Tremblais, A. Magnin, et al.
Micro-entrepreneur, 2^e éd.
C. Selmer, J. Hellart

Efficacité / bien-être au travail

Améliorer sa mémoire et sa concentration
X. Delengaigne, C. Maitre
Bien-être au travail, 2^e éd.
C. Huet, G. Rohou, L. Thomas
Confiance en soi, 2^e éd.
A. Leibovitz
Créativité, 3^e éd.
F. Debois, A. Groff, E. Chenevier
Développement personnel
L. Lagarde
Écrits professionnels
V. Le Broussois
Efficacité professionnelle, 2^e éd.
P. Bêlorgey
Gestion du stress, 2^e éd.
G. du Penhoat
Gestion du temps, 2^e éd.
P. Bêlorgey
Intelligence émotionnelle, 2^e éd.
C. Peres-Court, M.-E. Launet
Mind mapping, 2^e éd.
X. Delengaigne, M.-R. Delengaigne
Orthographe
A. Ponsonnet
Pensée visuelle
C. Tsiang, B. Lhuillier
Personal Branding
S. Moran, N. Van Laethem
Prendre la parole en public
A. Leibovitz
Process Communication Model®
P. Bêlorgey
Psychologie positive au travail
B. Arnaud, E. Mellet
Relaxation
L. Histel-Barontini
Santé au travail
C. Vasey
Soft skills
N. Van Laethem, J.-M. Josset

Du même auteur

CAROLINE SELMER

La Boîte à outils de la finance d'entreprise, 4^e édition, Dunod, 2023

La Boîte à outils du contrôle de gestion, Dunod, 2023

Concevoir le tableau de bord, 4^e édition, Dunod, 2015

Construire et défendre son budget, 3^e édition, Dunod, 2014



Avant-propos

“

Faites tous les jours quelque chose qui vous fait peur.

Eleanor Roosevelt

Beaucoup de Français souhaitent se mettre à leur compte, créer leur « boîte ». Un désir d'autonomie et d'indépendance que beaucoup recherchent. Mais cette volonté de créer sa propre activité est souvent freinée par la crainte d'obstacles administratifs, de charges trop importantes ou plus généralement du risque pris par tout porteur de projet. Il existe pourtant une forme d'entreprise accessible, ne présentant pas de contraintes administratives lourdes et qui permet de se lancer tout en limitant les risques.

C'est la micro-entreprise !

Une structure qui réunit désormais sous un même régime les auto-entrepreneurs et les micro-entrepreneurs. Cette nouvelle édition présente les dernières évolutions réglementaires. Créer une micro-entreprise permet de tester une idée grâce à une structure légère, sans avoir besoin d'y effectuer un investissement important. Beaucoup, par exemple, utilisent cette possibilité pour tester une idée, évaluer un premier projet.

C'est aussi pour certains la possibilité de compléter une première source de revenus (salarié, retraité), ou de lancer progressivement une activité avant de lâcher définitivement l'ancienne.

Pourquoi choisir la micro-entreprise ?

La micro-entreprise offre les avantages de la simplicité en termes de création et de gestion, ce qui permet à beaucoup de faire un premier pas dans le monde de la création d'entreprise.

Tout type d'activité peut être exercé. Les marchés les plus visés sont le conseil aux entreprises et la formation, les services à la personne, le e-commerce, le business vert et l'économie solidaire.

Les enjeux

Une micro-entreprise est une vraie entreprise, qui doit trouver un financement adapté. Elle ne fonctionnera que si elle a des clients ; et les clients seront au rendez-vous si l'offre est attractive et si les prix sont justes. Vous devez construire votre crédibilité par une qualification professionnelle, le respect de la réglementation en vigueur, une assurance. Vous devrez faire un peu de gestion en tenant une comptabilité, en suivant la rentabilité de l'activité. Si vous réalisez du chiffre d'affaires, vous payerez des cotisations sociales, des taxes et des impôts. Vous aurez donc un certain nombre d'obligations à remplir.

Les solutions apportées

Cette *Boîte à outils du Micro-entrepreneur* répond à ces besoins en présentant 64 outils opérationnels. Ceux-ci sont regroupés en 9 dossiers qui couvrent le projet, la réglementation et l'activité.

1. Le projet

- Définir son projet
- Défendre son projet

2. La réglementation

- Spécificités de la micro-entreprise
- Sources d'informations, financement, garanties

3. L'activité

- Préparer sa communication
- Préparer son installation
- L'approche commerciale
- S'organiser pour travailler seul
- Faire évoluer son activité

Sommaire

	Avant-propos	6
DOSSIER 1	LE PROJET	10
	• <i>Outil 1</i> De l'idée au projet	12
	• <i>Outil 2</i> L'adéquation homme/projet	14
	• <i>Outil 3</i> Les étapes à accomplir	16
	• <i>Outil 4</i> Les éléments clés de l'étude de marché	18
	• <i>Outil 5</i> Les sept étapes d'une étude de marché	20
	• <i>Outil 6</i> La matrice SWOT	22
	• <i>Outil 7</i> Rédiger son business plan	26
	• <i>Outil 8</i> Le plan de financement initial	28
	• <i>Outil 9</i> Le seuil de rentabilité ou point mort	30
	• <i>Outil 10</i> Évaluer ses futurs tarifs	32
DOSSIER 2	LA MICRO-ENTREPRISE	34
	• <i>Outil 11</i> Statut, régime et activité	36
	• <i>Outil 12</i> Le statut juridique de l'entrepreneur individuel	40
	• <i>Outil 13</i> Les activités BIC – BNC	42
	• <i>Outil 14</i> Les activités réglementées et les activités exclues	44
	• <i>Outil 15</i> Les plafonds de chiffre d'affaires	46
	• <i>Outil 16</i> Les seuils de la franchise en base de TVA	48
	• <i>Outil 17</i> Le régime social	50
	• <i>Outil 18</i> Le régime fiscal	54
	• <i>Outil 19</i> Le plan épargne retraite individuel	58
	• <i>Outil 20</i> Le statut de conjoint collaborateur	60
	• <i>Outil 21</i> Protéger son patrimoine personnel	62
	• <i>Outil 22</i> Protéger son nom, sa marque	64
DOSSIER 3	LE PANORAMA DES AIDES	66
	• <i>Outil 23</i> Les organismes officiels	68
	• <i>Outil 24</i> Les associations d'aide à la création	70
	• <i>Outil 25</i> Les sites Web spécialisés	72
	• <i>Outil 26</i> Les aides à la création d'entreprise	74
	• <i>Outil 27</i> Le financement participatif	76
	• <i>Outil 28</i> Les dispositifs spécifiques	80
DOSSIER 4	PRÉPARER SA COMMUNICATION	82
	• <i>Outil 29</i> Utiliser les outils <i>print</i>	84
	• <i>Outil 30</i> Réaliser un e-mailing	86
	• <i>Outil 31</i> Se faire connaître sur les médias sociaux	90
	• <i>Outil 32</i> Réserver un nom de domaine	92
	• <i>Outil 33</i> Référencer et promouvoir ses plates-formes Web	94

DOSSIER 5	PRÉPARER SON INSTALLATION	96
	• <i>Outil 34</i> Rôle et choix du CFE	98
	• <i>Outil 35</i> La demande d'immatriculation	100
	• <i>Outil 36</i> Le local professionnel	102
	• <i>Outil 37</i> Les assurances	106
	• <i>Outil 38</i> Le compte bancaire	108
	• <i>Outil 39</i> Contacter les acteurs locaux	110
DOSSIER 6	L'APPROCHE COMMERCIALE	112
	• <i>Outil 40</i> Les pratiques du marché visé	114
	• <i>Outil 41</i> Trouver ses premiers clients	118
	• <i>Outil 42</i> La qualité de services	120
	• <i>Outil 43</i> Établir un devis, une proposition	124
	• <i>Outil 44</i> Les frais et les débours	126
	• <i>Outil 45</i> Le contrat commercial	128
	• <i>Outil 46</i> Le recouvrement de créances	132
DOSSIER 7	DÉFENDRE SON PROJET	134
	• <i>Outil 47</i> Les clés pour convaincre	136
	• <i>Outil 48</i> Dix conseils pour être efficace	138
	• <i>Outil 49</i> L' <i>executive summary</i>	140
	• <i>Outil 50</i> Préparer son pitch	142
DOSSIER 8	S'ORGANISER POUR TRAVAILLER SEUL	144
	• <i>Outil 51</i> Se former	146
	• <i>Outil 52</i> Préciser ses objectifs	148
	• <i>Outil 53</i> Prioriser ses tâches	150
	• <i>Outil 54</i> Développer son réseau	152
	• <i>Outil 55</i> Gérer son temps	154
	• <i>Outil 56</i> <i>Coworking, cohoming, frenchworking</i>	156
	• <i>Outil 57</i> Le livre des recettes et le registre des achats	158
	• <i>Outil 58</i> Les factures	160
	• <i>Outil 59</i> Les conditions générales de vente (CGV)	162
DOSSIER 9	FAIRE ÉVOLUER SON ACTIVITÉ	164
	• <i>Outil 60</i> Les tableaux de bord	166
	• <i>Outil 61</i> Changer de régime ou de statut	170
	• <i>Outil 62</i> Trouver de nouveaux marchés	174
	• <i>Outil 63</i> Se faire aider	176
	• <i>Outil 64</i> Arrêter son activité	178
	Le parcours du créateur d'entreprise	180
	Glossaire administratif	182
	Les principaux organismes officiels	184
	Webographie	185
	Comment déclarer et payer la TVA	186
	Liste des activités et professions réglementées	190

1

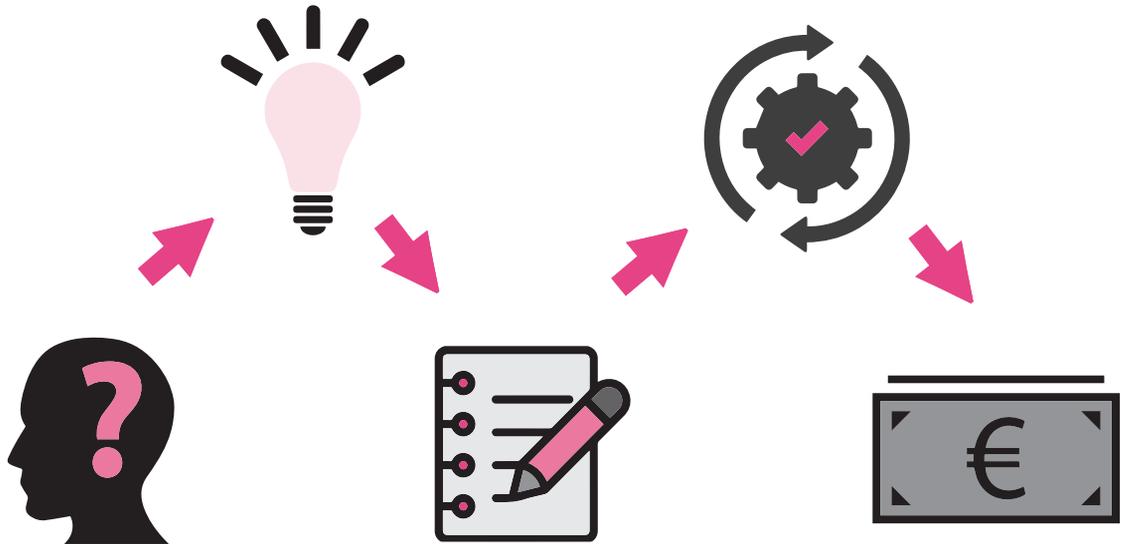
DOSSIER

LE PROJET

“

Le courage, c'est d'aller à l'idéal
et de comprendre le réel.

Jean Jaurès



Un projet de création d'entreprise est à la fois un projet professionnel et un projet personnel. Sa réussite ou son échec aura donc un double impact sur la vie du futur entrepreneur. C'est pourquoi ce dernier doit mettre en place une véritable démarche projet, en plusieurs étapes, pour se donner toutes les chances de succès.

Le montage du projet suit un processus qui permet de n'omettre aucune tâche importante. L'idée, point de départ de projet, se transformera au fil de ce processus en un certain nombre d'actions définies qui mèneront finalement à la création de l'entreprise. Un projet demande du temps, de la rigueur, des ressources, toutes choses que le futur chef d'entreprise devra mettre en œuvre pour concrétiser son idée. Mener ce projet est déjà une preuve de motivation, un premier accomplissement pour le micro-entrepreneur.

L'objectif à atteindre

Tout projet est caractérisé par un but à atteindre, en l'occurrence celui du lancement d'une activité professionnelle au sein d'une micro-entreprise. Mais cela ne suffit pas : cet objectif devra être formulé de façon suffisamment précise démontrant ainsi que l'idée à l'origine du projet repose sur une réalité économique viable.

Pour y parvenir, le porteur de projet devra tout d'abord se poser de multiples questions dont les réponses lui permettront d'avancer dans sa démarche. La mise en place d'un rétro-planning sera également un outil précieux pour mesurer cet avancement et organiser l'ensemble des tâches à accomplir.

Les étapes à franchir

Chaque tâche importante correspond à une étape du projet. Chaque étape est définie par un objectif et un seuil. Le porteur de projet progresse pas à pas, des écueils peuvent se présenter, cela fait partie du processus, ils permettront au futur chef d'entreprise de tester sa capacité à surmonter les obstacles, à ne pas se laisser décourager, à gérer seul les problèmes.

Il saura alors identifier ses forces et ses faiblesses, trouver les axes d'amélioration afin de s'adapter au marché qui sera le sien.

Le micro-entrepreneur doit aussi savoir se projeter à plus long terme et envisager, dès sa création, l'évolution de son activité pour les années à venir. C'est dès le début de la phase projet que commence le véritable métier de chef d'entreprise.

Les outils

1	De l'idée au projet	12
2	L'adéquation homme/projet	14
3	Les étapes à accomplir	16
4	Les éléments clés de l'étude de marché	18
5	Les sept étapes d'une étude de marché	20
6	La matrice SWOT	22
7	Rédiger son business plan	26
8	Le plan de financement initial	28
9	Le seuil de rentabilité ou point mort	30
10	Évaluer ses futurs tarifs	32



Outil

1

“

Une idée, un objectif,
un projet. Un objectif
atteignable avec des
moyens raisonnables.

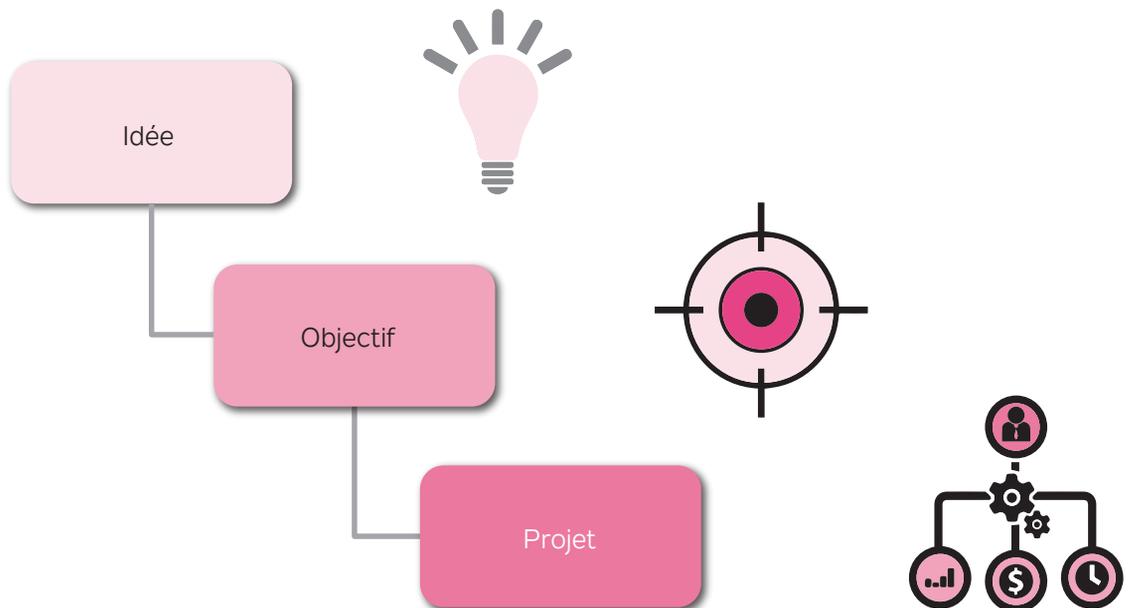
De l'idée au projet

En quelques mots

L'**idée** étant la base d'un projet de création d'entreprise, il convient de la transformer en **objectif à atteindre**.

Cette étape permet tout d'abord de clarifier son idée, puis d'être capable de la présenter sans ambiguïté lorsque cela sera nécessaire.

MÉTHODE





POURQUOI L'UTILISER ?

Objectif

L'idée est souvent vague, l'objectif se veut précis. Il permet d'avoir une vision claire de la finalité du projet et d'éliminer les options parasites du projet, consommatrices de temps et d'énergie, pour aller à l'essentiel.

Contexte

- **En phase initiale du projet** : faire le tri entre plusieurs idées ; savoir ce que l'on veut réellement atteindre.
- **En cours de projet** : respecter la ligne de conduite définie par l'objectif ; se rassurer par le franchissement chronologique des différentes étapes menant à l'atteinte du but ultime.



COMMENT L'UTILISER ?

Étapes

1. Réaliser son *brainstorming* :

- jeter sur le papier toutes les idées ;
- envisager différentes versions possibles d'une même idée.

2. Partager :

- parler de son idée autour de soi, prendre la température, écouter les avis ;
- retenir les remarques pertinentes, les intégrer à son idée initiale.

3. Effectuer la synthèse :

- rédiger en quelques lignes et de façon structurée son idée de projet, démontrant ainsi sa future vision de chef d'entreprise ;
- sonder son entourage afin de vérifier que l'objectif est compréhensible par tous.

4. Découper :

- scinder l'objectif final en sous-objectifs de courte ou moyenne durée, balisant ainsi les avancées marquantes du projet ;
- mettre en place un rétroplanning qui matérialise les différentes tâches à accomplir.

Méthodologie et conseils

- **Phase de rédaction** : se limiter à deux ou trois phrases à la construction simple ; employer uniquement la forme affirmative ; utiliser de préférence des verbes d'action, facilement quantifiables ; bannir le jargon technique.

• Exemples :

« Accompagner les entreprises dans la conception et la migration de leur système d'information vers le Web. » plutôt que « Devenir consultant en urbanisation SI spécialisé en intégration SaaS. »

« Ouvrir un commerce de proximité de vente de produits biologiques. » plutôt que « Créer une activité commerciale d'aliments naturels issus de producteurs respectueux de l'environnement et de la santé humaine, dans un secteur géographique restreint. »

- **Aller à l'essentiel**, tous les détails seront développés dans le business plan.

Avant de vous lancer...

- ✓ **Un objectif clair permet de connaître immédiatement le but d'un projet de création d'entreprise.**
- ✓ **Exprimer un objectif clair permet au porteur de projet de vérifier qu'il a su parfaitement cerner les contours de son idée.**
- ✓ **Si nécessaire, hiérarchiser son projet avec un objectif en 2 ou 3 étapes réparties dans le temps.**

Outil

2

L'adéquation homme/projet

“

Un projet professionnel qui permet de s'épanouir dans sa vie personnelle.

En quelques mots

Créer son entreprise ne se résume pas à un choix de biens ou de services à proposer.

Il faut que le projet de création d'entreprise soit **compatible avec le projet de vie personnel**, et que l'on s'y sente bien.

LA MÉTHODE D'ANALYSE





POURQUOI L'UTILISER ?

Objectif

Vérifier que l'on est bien la bonne personne pour le bon projet, « l'homme » de la situation.

Contexte

Il faut tout mettre en œuvre pour que vie professionnelle et vie personnelle cohabitent de la meilleure façon possible.



COMMENT L'UTILISER ?

Étapes

1. Définir ses motivations

- Trouver une solution à un problème actuel.
- Concrétiser un rêve, une passion.
- Devenir son propre patron.

2. S'assurer de l'adéquation « homme/projet »

- Suis-je vraiment fait(e) pour cela ?
- Saurais-je évoluer avec le marché
- Mon envie d'aujourd'hui ne risque-t-elle pas de s'estomper demain ?

3. Identifier ses contraintes

- Les contraintes ne seront-elles pas trop lourdes pour moi (charge de travail, responsabilités, etc.) ?
- Quels seront les impacts négatifs sur ma vie personnelle (disponibilité, finances, stress, etc.) ?

4. Réaliser son bilan personnel

- S'assurer de la qualité de ses motivations et de leurs réelles cohérences avec le projet.
- Impliquer ses proches (conjoint, enfants) afin d'obtenir leur soutien inconditionnel.

Méthodologie et conseils

Analyse des motivations

Créer une entreprise pour résoudre un problème d'emploi est une motivation qui risque d'être passagère.

Créer pour développer une activité est une motivation forte qui laisse entrevoir une stratégie raisonnée et réfléchie.

Créer pour être indépendant est la première motivation des créateurs d'entreprise. C'est un moteur puissant, mais tout le monde n'est pas fait pour devenir son propre patron.

Créer son entreprise pour gagner plus d'argent...
Espoir légitime, mais pas évident en début d'activité.

Analyse des contraintes personnelles

- Les contraintes physiques (état de santé).
- Les contraintes de temps (délais de licenciement, un déménagement).
- Les contraintes financières (train de vie).
- Les contraintes du cadre de vie (moyens de transport).

Analyse des contraintes professionnelles

- Les délais imposés par une réglementation particulière (obtention des autorisations pour l'ouverture d'un commerce).
- Les délais de perception des indemnités chômage et/ou le versement d'une aide à la création d'entreprise.
- Le délai imposé par l'obtention d'un diplôme ou d'un certificat professionnel indispensable à l'exercice de l'activité, etc.

Pour aller plus loin, la Banque publique d'investissement (BPI) publie sur son site un document à télécharger qui permet au porteur de projet d'évaluer la viabilité de son idée et de son adéquation avec sa personnalité : « Évaluer son idée de création d'entreprise », bpifrance-creation.fr, onglet « Boîte à outils ».

Avant de vous lancer...

- ✓ **S'assurer de créer sa micro-entreprise pour de saines motivations, et pas pour des motivations « par défaut ».**
- ✓ **Être conscient que l'indépendance recherchée peut aussi être synonyme de solitude.**
- ✓ **Ne pas trop s'illusionner, un client peut s'avérer être un « patron » plus exigeant qu'un employeur !**