

GUIDE DU CRÉATEUR

Bien préparer sa création d'entreprise



SOLUCCIO
Création-Reprise-Transmission

Les offres



CCI PARIS ILE-DE-FRANCE
ENTREPRISES

Sommaire

Passer de l'idée au projet

01

Trouvez une idée d'entreprise	2
Le <i>WHY</i> : la vision et les objectifs de l'entreprise	3
Identifiez sa proposition de valeur	4

L'étude de marché et de faisabilité

02

Définissez votre marché	5
Analysez la demande	6
Analysez l'offre existante	6
Analysez l'environnement du marché et de votre projet	7

Le plan de financement

03

Composantes essentielles	8
Besoins et charges de l'entreprise	9
Ressources de l'entreprise	10
Ne sous-estimez pas vos besoins	11





Introduction

Vous allez, ou vous souhaitez, créer votre entreprise. Ce guide est fait pour vous !

A quoi sert ce guide ?

La création d'une entreprise doit être soigneusement préparée. Cela nécessite de bien analyser le besoin auquel vous souhaitez répondre et de vérifier la faisabilité commerciale et financière de votre réponse à ce besoin.

Pour chacune des étapes de votre création d'entreprise ce guide fournit des premiers éléments de réflexion et indique les services et démarches que la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Île-de-France a mis en place pour vous.

Sur des aspects juridiques tels que les relations avec vos futurs associés, l'optimisation fiscale ou sociale de votre future société, la manière dont vous allez vous rémunérer ou assurer votre protection sociale, l'examen du bail commercial d'un local où vous souhaitez vous planter, la mise au point de vos conditions générales de vente, vous pouvez vous rapprocher des juristes d'INFOREG.

Pour obtenir plus d'informations correspondant à votre situation personnelle, il est recommandé de vous faire accompagner. Les conseillers de la Chambre de Commerce et d'Industrie Paris Île-de-France sont à vos côtés.



01

Passer de l'idée au projet

Vous êtes prêt à vous lancer dans l'entrepreneuriat mais vous avez d'abord besoin de trouver une idée.

Trouver une idée d'entreprise

Même s'il n'existe pas de bonne ou de mauvaise idée, l'idée à trouver est avant tout celle qui sera réaliste, qui répondra à un besoin et qui permettra de rendre votre entreprise pérenne.

Pour vous aider

Menez une introspection

Qu'est-ce qui vous anime au quotidien ? Qu'est-ce que les autres disent de vous ? Quels sont vos points forts ? Avez-vous un talent quelconque ?

Nourrissez votre réflexion

Participer à des salons professionnels, à des événements spécialisés, faire des rencontres et consommer un maximum de contenus peuvent vous aider à trouver l'inspiration.

Soyez curieux et observateur

Quel outil ou service facilitera votre quotidien ou celui des autres ? Pensez-vous à un produit sur le marché qui mériterait d'être amélioré ? N'hésitez pas à interroger vos proches, ils seront vos premiers clients.

“

Un pessimiste voit la difficulté dans chaque opportunité, un optimiste voit l'opportunité dans chaque difficulté.

Winston Churchill

Le WHY : la vision et les objectifs de l'entreprise

Une fois votre idée d'entreprise définie, clarifiez votre vision, votre mission et les objectifs de l'entreprise.

Les bonnes questions à se poser

QUOI

En quoi consiste le projet ?

QUI

Qui participe à ce projet ? Quelles sont les parties prenantes ?

OÙ

A quel endroit ce projet se concrétisera ?

QUAND

Quel est le planning du projet ?

COMMENT

Quels sont les moyens matériels à disposition ?

POURQUOI

*Quelle est la raison d'être de l'entreprise ?
A quel(s) besoin(s) répond-elle ?*



STAGE 5 JOURS POUR ENTREPRENDRE

Mettez toutes les chances de votre côté pour réussir votre création d'entreprise avec notre programme "5 jours pour entreprendre"

[S'inscrire](#)

Identifier sa proposition de valeur

Ensuite, clarifiez votre proposition de valeur, c'est-à-dire la promesse de votre entreprise.

C'est en quelque sorte la promesse faite au client qui doit avoir le sentiment que votre produit ou service saura répondre à ses attentes et résoudre son problème. La proposition de valeur, c'est avant tout des mots simples et bien choisis, mettant en avant les avantages et les bénéfices de votre offre.

Des outils comme la matrice "value proposition canvas" peuvent vous aider à analyser les forces et les faiblesses d'une idée. L'outil vous permet de valider votre cible, valider les besoins, les problèmes et les attentes de votre cible, et trouver les offres, les prestations et la proposition de valeur pour y répondre. C'est le premier pas vers la construction d'un *business model*.

La proposition de valeur reflète la valeur que votre entreprise souhaite apporter à son marché

“
Proposition de valeur : un message unique, clair et convaincant qui explique pourquoi vous êtes différent et méritez d'être acheté.

Steve Blank



02

L'étude de marché et de faisabilité

Avant de créer votre entreprise, vous devez vous assurer que vos produits ou services vont rencontrer leurs clients.

L'étude de marché est la pierre angulaire de toute création d'entreprise. Elle permet de comprendre le marché sur lequel vous allez vous planter et de convaincre les organismes financiers de vous prêter de l'argent.

Pour qu'une étude de marché soit efficace, il faut respecter une démarche structurée et répondre à quatre sujets majeurs : le marché, l'offre, la demande et l'environnement de votre projet.

Définissez votre marché

Identifiez votre marché et ses évolutions

Cette étape sert à comprendre sur quel marché votre entreprise va évoluer. Quels seront vos clients ou vos utilisateurs ? Quelle sera la dimension géographique du marché que vous allez cibler ? Quelle est sa valeur, son volume, son évolution ?

Identifiez les produits et services concurrents

Quels sont les produits ou services concurrents de ce que vous allez proposer ? Quels produits ou services peuvent se substituer à votre offre ?

Cernez les différents acteurs

Il vous faut connaître vos clients, vos utilisateurs, ainsi que vos concurrents et tous les acteurs présents sur le marché (prescripteurs, fournisseurs, ...).

Analysez la demande

Vous avez déjà identifié vos futurs clients et utilisateurs lors de la première étape, mais vous devez analyser les choses plus en détail.

Évaluez précisément la demande et son évolution

Vous devez quantifier la taille du marché, les quantités vendues, le nombre de clients, ainsi que son évolution dans le temps : comment a-t-il évolué jusque-là ? Doit-on s'attendre à des évolutions ?

Cernez vos futurs clients et utilisateurs

Ce point est clé pour comprendre leur comportement d'achat. Pour quelles raisons les clients achètent-ils votre produit ? À quelle occasion ? Où l'achètent-ils ? En sont-ils satisfaits ? Quelle nouveauté allez-vous proposer pour favoriser leur acte d'achat ou d'utilisation ? Connaître vos clients et leurs habitudes est crucial, notamment pour fixer le prix auquel vous allez commercialiser votre produit/service.

Apprenez à segmenter la demande

La cible de votre produit ou service sera peut-être large sur le marché sur lequel vous allez vous implanter. Identifiez votre cible prioritaire.

Analysez l'offre existante

Identifiez vos concurrents.

Évaluez précisément l'offre et son évolution

Ayez une connaissance exhaustive de tous les produits ou services déjà présents sur le marché et identifiez ceux qui dominent le secteur.

Ayez une connaissance pointue de vos concurrents

Si des concurrents existent, il vous faut les connaître, savoir les produits ou services qu'ils vendent et à quel prix. Connaître leur stratégie, leur part de marché, leurs résultats financiers, ...

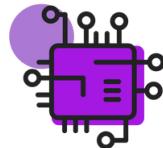
Analysez l'environnement du marché et de votre projet

Vous avez déjà analysé le marché lors des trois premières étapes. Il est désormais nécessaire d'identifier les facteurs externes qui pourraient influer sur votre activité.



Le contexte politique

Quelle que soit l'implantation géographique de votre entreprise, il vous faut connaître le contexte politique qui pourrait impacter votre marché et vos activités.



Le contexte technologique

Quelles sont les évolutions technologiques à venir ? Quels sont les secteurs concernés ?



Le contexte économique

Renseignez-vous sur les éléments relatifs à la conjoncture, au niveau de vie, ou encore au taux de chômage de la zone géographique dans laquelle vous vous implanterez.



Le contexte écologique

Aujourd'hui, c'est une question à prendre en compte. Votre produit/service répond-t-il à des enjeux de développement durable ? Avez-vous pris des engagements en matière d'environnement ? Quelle image votre entreprise donne-t-elle à ses clients potentiels ?



Le contexte légal

Quelle législation s'applique à votre activité ? Sera-t-elle amenée à évoluer ? Vous devez également connaître le rôle des pouvoirs publics et des organisations professionnelles qui ont une influence sur votre secteur d'activité.



Le contexte social

Celui-ci peut aussi influer sur votre activité. Quel est le climat social ? Quelles sont les habitudes de consommation ?

03

Le plan de financement



Pierre angulaire de toute création d'entreprise, le plan de financement est un tableau de gestion prévisionnelle, généralement inclus dans le *business plan*.

Le plan de financement met en parallèle les besoins d'investissement et les ressources de financement et vous permet de valider la viabilité de votre projet.

Composantes essentielles

Pour construire votre plan de financement, vous devez dresser la liste des investissements nécessaires au démarrage et des charges liées à l'exploitation de votre activité.

Il s'agit d'un inventaire de vos besoins, de vos ressources, et des capitaux nécessaires pour financer ces dépenses. Il se présente sous la forme d'un tableau à 2 colonnes :

BESOINS EN INVESTISSEMENTS

Locaux, matériels, ...

+

CHARGES D'EXPLOITATION

Stocks, poste clients, besoins de trésorerie

RESSOURCES

Apport personnel, apport des associés, aides et crédits envisagés (prêts, crédit de paiement d'un fournisseur,...)



À noter ! Vos ressources doivent couvrir la totalité de vos besoins

Besoins et charges de l'entreprise

Les dépenses

Dans le plan de financement, on trouve des dépenses nécessaires pour vos besoins à court, moyen et long terme. Ces dépenses peuvent être :

INCORPORELLES

*Biens non matériels,
par exemple le fonds
de commerce*

CORPORELLES

*Bâtiments, véhicules
dont l'entreprise est
propriétaire*

FINANCIÈRES

*Dépôt de garantie
ou caution*

Les besoins

IMMobilisations

*besoins moyen et
long terme qui
concernent les biens
destinés à être
utilisés durablement
au sein de
l'entreprise*

BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT (BFR)

*décalage entre les
dépenses engagées
(achat de stocks,
charges de personnel...)
et les recettes (produit
de la vente) encaissées*

BESOIN EN TRÉSORERIE

*dépenses liées au
fonctionnement
quotidien de votre
entreprise, besoin à
court terme*

**Si les dépenses sont
antérieures à vos recettes
ou plus importantes sur une
période donnée, le Besoin
de Fonds de Roulement est
alors positif et devient un
besoin à court terme**

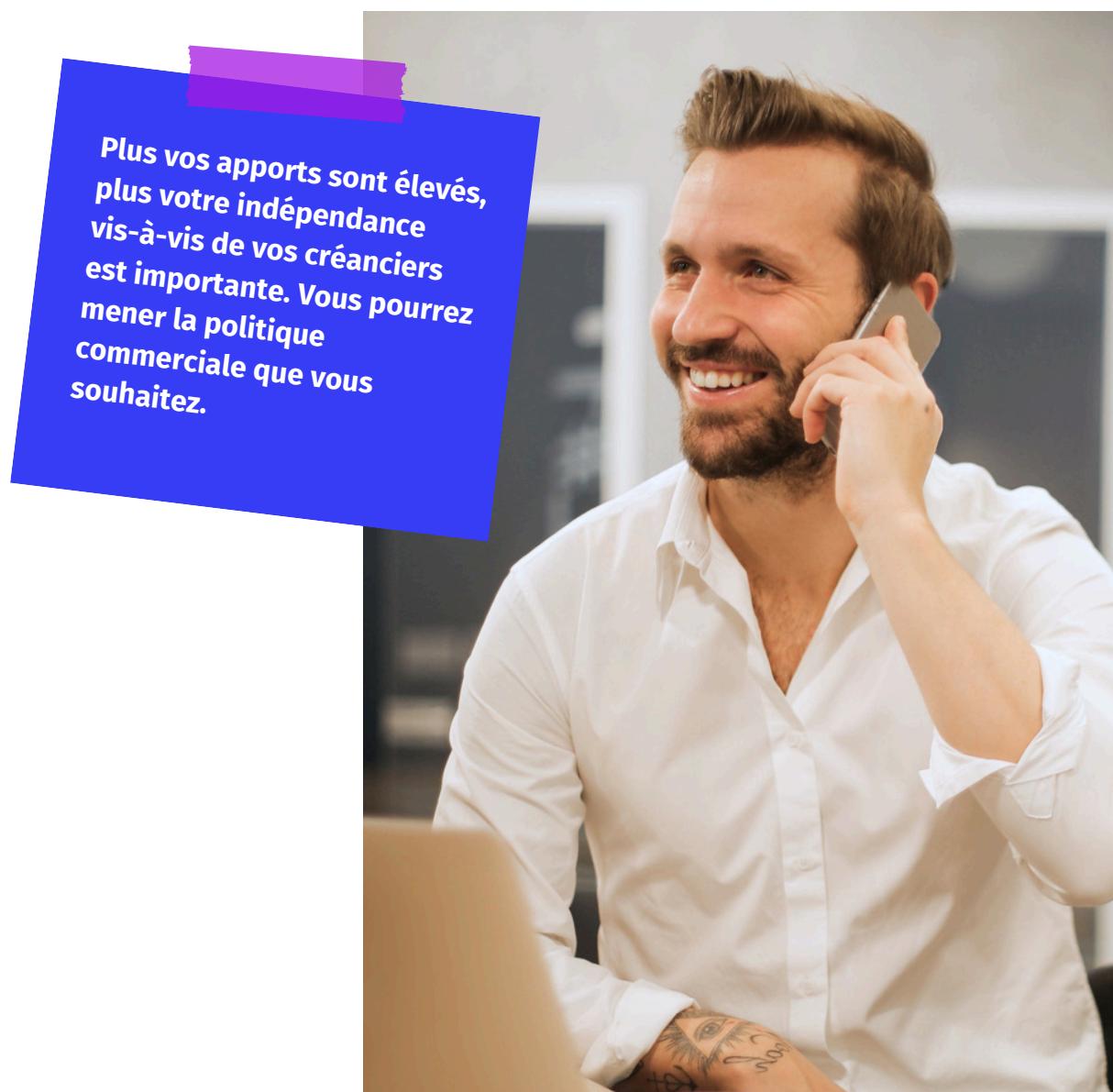
Ressources de l'entreprise

Il s'agit des sommes investies dans l'entreprise et celles empruntées. Il peut s'agir d'apport personnel, de sommes apportées au capital par vos proches (love money), de subventions de l'Etat...

Quelques précautions sont nécessaires pour établir un plan de financement : Veillez à bien évaluer le montant de vos fonds propres car pour les différents tiers (fournisseurs, banque, ...) la proportion « apport personnel / dettes » est une garantie de la solidité de votre projet.

Les crédits

Ce sont des ressources permettant de financer les investissements de l'entreprise. Il en existe plusieurs types : prêts d'honneur, prêts bancaires, etc.



Ne sous-estimez pas vos besoins

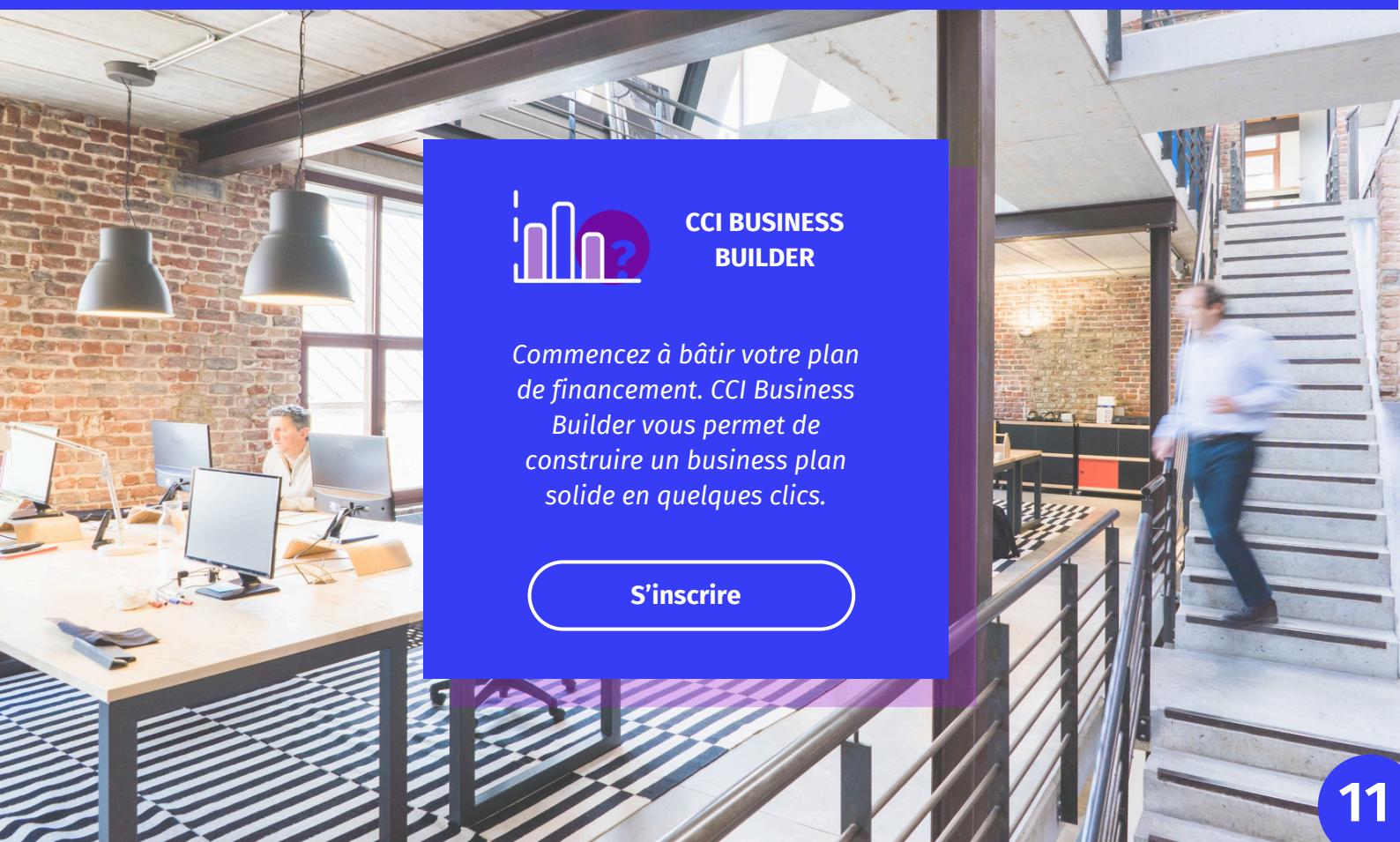
Ne sous-estimez pas vos besoins : vous risqueriez de provoquer un déséquilibre dans votre trésorerie lorsqu'il faudra faire face aux dépenses réelles correspondantes.

Optez pour des financements adaptés

Financez un besoin à long terme par une ressource à long terme car un besoin permanent nécessite une ressource stable (apport, prêt moyen ou long terme)

Conserver une marge de manœuvre

Il est important de ne pas investir la totalité de vos ressources afin de conserver une marge de manœuvre en cas de difficultés (dépenses imprévues ou retard dans la phase de démarrage de l'activité)



CCI BUSINESS BUILDER

Commencez à bâtir votre plan de financement. CCI Business Builder vous permet de construire un business plan solide en quelques clics.

[S'inscrire](#)



Vous l'aurez compris, la création d'entreprise se prépare. Pour mettre toutes les chances de votre côté dans votre projet entrepreneurial, bénéficiez de l'accompagnement sur-mesure de la CCI Paris Île-de-France. Nos conseillers apporteront un regard neutre, impartial et fiable sur votre projet, son financement et votre début d'activité.

5 JOURS POUR ENTREPRENDRE

Une formation certifiante, collective et en présentiel pour préparer avec méthode votre création d'entreprise.

[S'inscrire](#)



À noter ! Retrouvez toutes les étapes de la création d'entreprise sur [notre site](#).



CCI PARIS ILE-DE-FRANCE
ENTREPRISES

**Avec vous, à toutes les étapes
de votre développement**



CCI Entreprises



CCI Entreprises

entreprises.cci-paris-idf.fr