



**Programme d'entrepreneuriat de
l'École de gestion Telfer pour les
familles de militaires**

Un cahier d'exercices

Table des matières

Table des matières.....	2
Introduction.....	3
1. Traits primordiaux des entrepreneurs et des idéations.....	4
Exercice: D'autres considérations pour les familles militaires	7
Plus d'informations.....	9
2. Modèles Économiques	10
Plus d'Informations.....	16
3. La Validation de votre Idée.....	18
Plus d'informations.....	21
Exercice	22
4. Financer Votre Nouvelle Entreprise.....	25
Plus d'informations.....	27
5. Les Prochaines Étapes	28
Planification d'Entreprise.....	28
Ressources pour plan d'affaires.....	29
Commercialisation Entrepreneuriale	29
Règles, Règlementations et Licences	30
Lectures Suggérées.....	31
Outils de Validation	31
Cours en ligne.....	32
Liens sur le Démarrage en Général	32

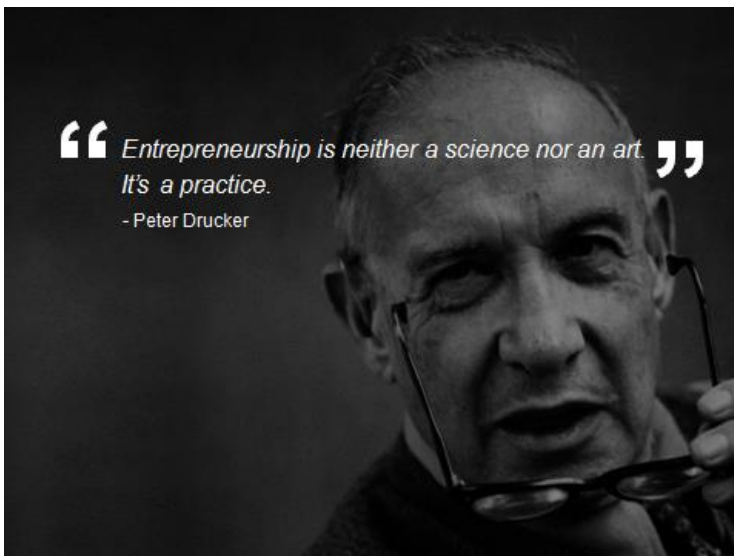
Introduction

Ce cours a été conçu pour faire en sorte que les participants quittent avec une bonne idée de ce que démarrer une entreprise implique. Le programme est basé sur la prémisse principale que les compétences de démarrage peuvent être enseignées et les comportements entrepreneuriaux pratiqués. Le manuel de travail suivant est un mélange de diapositives, de matériaux de références et d'espace de travail pour que vous puissiez compléter vos exercices et planifier votre nouvelle entreprise.

D'autres messages de la part de Telfer et SMF.

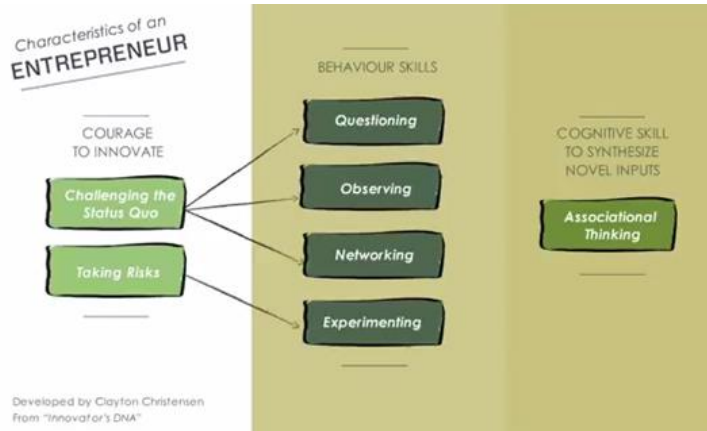
1. Traits primordiaux des entrepreneurs et des idéations

Tel que décrit par le gourou de la gestion, Peter Drucker – *l'entrepreneuriat n'est ni une science ou un art, c'est une pratique*. Ainsi donc, enseigner l'entrepreneuriat n'est pas une tâche facile à tel point que certains préfèrent croire que l'entrepreneuriat ne peut être enseigné alors que d'autres enseignent par défaut ces sujets de démarrage d'entreprise qui semblent être utiles, mais qui ne viennent même pas près d'aider les participants à comprendre comment "faire" de l'entrepreneuriat.



Ici, on fait la distinction entre enseigner l'entrepreneuriat et enseigner comment bien démarrer une entreprise. Il y a, en fait, trop de variables en jeu pour que quiconque puisse prétendre savoir enseigner avec succès comment démarrer une entreprise. L'Entrepreneuriat,

quant à lui, est un ensemble de compétences et un état d'esprit, une cumulation de pratiques et de procédés qui s'unissent afin de créer un esprit d'entrepreneuriat capable d'actions entrepreneuriales; ceci peut être enseigné et est l'objectif de ce programme.



Si les comportements et les compétences entrepreneuriales peuvent être enseignées, est-ce qu'il y a alors des traits ou des caractéristiques spécifiques qui sont importants pour les entrepreneurs? Dans un article récent sur la Revue

d'Entreprise de Harvard, Dyer,

de l'université de Brigham Young; Gregersen d'Insead; et Christensen, de l'École d'Affaires Harvard, révèlent comment les entrepreneurs innovateurs diffèrent des cadres d'affaires typiques. Leur étude démontre que cinq "compétences de découverte" distinguent les entrepreneurs les plus créatifs: l'*Association* les aide à découvrir de nouvelles directions en faisant des liens entre des questions, des problèmes ou des idées qui semblent sans rapport entre eux. Le *Questionnement* permet aux innovateurs de s'extirper du statu quo et de considérer de nouvelles idées. À travers l'*Observation*, les innovateurs recherchent constamment et attentivement pour de petits détails comportementaux - chez l'activité des clients, fournisseurs et autres compagnies - pour obtenir des aperçus sur de nouvelles façons de procéder. En expérimentant, ils essaient sans relâche de nouvelles expériences et ils explorent le monde. Et en travaillant en réseau avec des individus aux bagages personnels variés, ils obtiennent des perspectives radicalement différentes. (Adapté de <https://hbr.org/2009/12/the-innovators-dna>). À travers ces comportements et autres méthodes spécifiques, l'idéation devient un processus et peut ainsi être consciemment pratiqué. Utilisés efficacement, ces comportements mèneront à des idées et des innovations plus créatives. Les meilleures idées ont tendance à être caractérisées par un nombre de facteurs communs.

Bonnes Idées d'Entreprise

Conditions nécessaires:

- a. Peut créer des revenus (ou du moins ne pas en perdre): A de la valeur (proposition de valeur) pour une grosse majorité de clients potentiels.
Et
- b. Évolue avec le temps
- c. Débute normalement avec une seule ou une combinaison des suivantes:
 - Détresse personnelle (J'ai un problème qui requière une solution).
 - 'Opportunité/Besoin du marché (Les autres paieront pour une solution).
 - L'Intérêt (Je me vois faire ceci à temps plein).
 - Vision (Je comprends l'industrie et ses tendances).
- d. Emprunter la route de l'innovation

Exercice: D'autres considérations pour les familles militaires

En groupes, considérez les implications uniques pour les familles militaires et comment ces facteurs vont influencer le type d'entreprise qui pourrait être viable. Certaines Considérations et Conditions d'Idées d'Entreprise ont déjà été identifiées ici-bas. Discutez-en ainsi que de d'autres Considérations possibles.

Considérations	Conditions d'Idées d'Entreprise
Déplacements Fréquents	Assurez-vous que votre idée permette à votre entreprise d'être relocalisée fréquemment. En plus d'autres facteurs spécifiques énumérés ici-bas, vous devrez personnellement être capable d'opérer à partir de différents endroits. Est-ce faisable compte tenu de votre idée d'entreprise? Vos forces? Vos capacités?
Position Géographique	De possibles futures positions géographiques devront être considérées lorsque vous planifierez votre idée. En plus des facteurs environnementaux locaux, politiques et culturels à considérer, vous opérerez dans un endroit qui aura probablement un nombre limité de clients physiquement situés près de vous – peut-être limité seulement aux personnes vivant sur la base.
Équipement	Si votre entreprise nécessite de l'équipement, des machines ou des fournitures, vous devrez considérer la viabilité de déplacer ces choses fréquemment. Une autre option sera de considérer la viabilité de vendre ces "actifs" et de les racheter au nouvel endroit. Vous pourriez aussi vouloir considérer louer l'équipement au lieu de l'acheter.
Signer des Baux	Rappelez-vous que si vous planifiez d'opérer une entreprise qui requière un espace physique (vente au détail, entrepôt ou bureau) vous serez peut-être requis de signer un bail qui pourrait se prolonger au-delà de votre séjour peu importe l'endroit. Faites attention de bien comprendre les implications attachés à la signature d'un bail avant de vous y commettre.
Règles/Réglementations	Il y aura des règles et des réglementations spécifiques à votre entreprise et votre emplacement. Ceux-ci peuvent différer d'un endroit à l'autre. Soyez certains de bien comprendre les lois, règles et réglementations locales appartenant à votre entreprise.
Le Chemin à la Rentabilité	Chaque entreprise aura besoin d'un certain temps avant de bâtir leur clientèle et de faire du profit. Vous devriez prendre en considération si votre temps vous permet de démarrer et accroître votre entreprise en tenant compte de l'agenda avec lequel vous travaillez. Assurez-vous d'avoir les stratégies nécessaires pour commercialiser et faire de la publicité rapidement pour être capable d'augmenter vos ventes avant de déménager à un nouvel emplacement.

<p>La Capacité de Recouvrir les Coûts à l'Intérieur de vos Délais</p>	<p>En ce qui concerne l'établissement de votre clientèle, assurez-vous d'avoir une bonne compréhension des coûts et de votre revenu potentiel et faites des prévisions financières détaillées afin de vous assurer que votre idée sera viable à l'intérieur d'un court délai de temps.</p>
<p>Responsabilités Familiales Accrues</p>	<p>Tout dépendant de votre situation familiale, vous devrez prendre en compte votre capacité personnelle à démarrer, gérer et faire croître une entreprise en plus de vos rôles et responsabilités quotidiennes – souvent plus compliqués pour des familles militaires.</p>

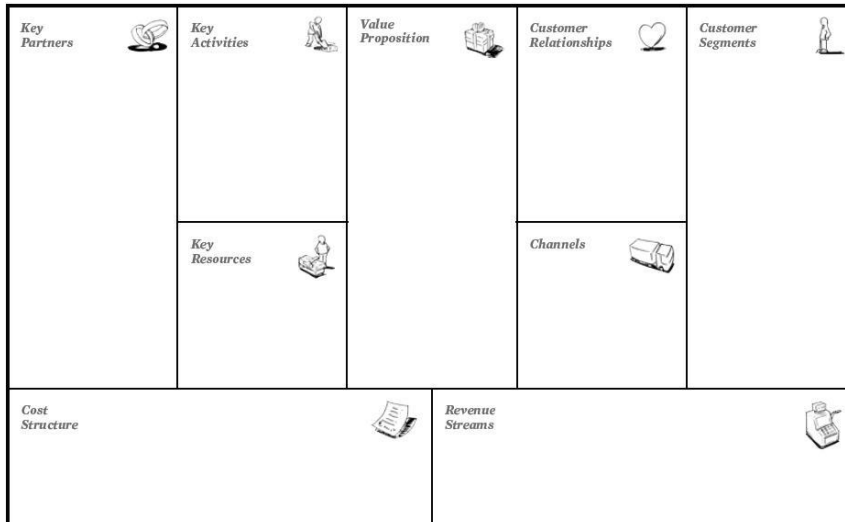
2. Modèles Économiques

Toute l'information et les documents dont vous avez besoin pour démarrer une bonne entreprise doivent être obtenus en faisant des choses telles que parler aux clients, aux fournisseurs, et autres personnes-clés de l'industrie pour ensuite créer une solution viable à un problème identifié: des produits ou des solutions répondant à de réels besoins. Il y a aussi une bonne part d'essais et erreurs impliqués dans l'obtention d'une entreprise viable et la plupart des entreprises vont corriger le tir (pivoter) avec l'expérience. Plusieurs sont tentés de sauter à pieds joints et écrire un plan d'affaires aussitôt qu'ils ont une idée; le problème est que sans expérience dans le marché et avec les clients, le plan est quasiment assurément voué à l'échec avant même d'être écrit. À la place, les entrepreneurs doivent débiter avec un modèle économique à leurs débuts. Un modèle économique est un résumé ou une esquisse approximative des éléments essentiels pour la stratégie d'affaires. Il répond aux questions suivantes: qui sont les clients potentiels; quelle est la valeur créée; comment allez-vous faire de l'argent? Qu'est-ce qu'un modèle économique?

Une esquisse/Un bilan de ce que l'entreprise fera et comment elle fera de l'argent. Cela inclut des composants stratégiques de l'idée d'affaires et comment l'entreprise opère. Souvent établi basé sur des essais/erreurs. Forme la base du succès ou de l'échec.

Les entrepreneurs qui débutent doivent d'abord se concentrer à bien comprendre le modèle et à résoudre l'équation problème/solution-client bien avant d'élaborer un plan d'affaires.

Il y a encore une place de choix pour les plans d'affaires – ce n'est juste pas aussitôt qu'on le croyait. Après la conception d'une idée d'entreprise, les entrepreneurs doivent centrer leurs efforts à parler aux clients - apprendre et s'ajuster - et à construire des modèles économiques rentables et quantifiables.



Au cours des dernières années, une norme industrielle pour la modélisation économique est émergée grâce au travail du théoricien d'affaires Suisse Alexander Osterwalder.

Dans son modèle, il parle de neuf blocs de construction pour un modèle économique efficace ainsi qu'un modèle sur lequel on peut le développer. Il s'agit d'une alternative rapide et efficace vers un plan d'affaires costaud pour les entrepreneurs qui en sont à leurs premiers pas.

Le modèle est divisé en 9 blocs avec les éléments concernant les clients à droite, les éléments internes à la gauche et les aspects financiers de votre idée d'affaires au bas. Vous noterez que le bloc "Proposition de Valeur" est stratégiquement placé au milieu, soulignant l'importance de ce dernier pour toute entreprise. Les 9 blocs incluent:

1. Proposition de Valeur – Votre **Proposition de Valeur** peut être décrite comme la valeur principale que vous créez sur le marché pour vos clients. Ce n'est pas une liste de caractéristiques; il s'agit plutôt d'une description de l'avantage ou de la valeur que votre client gagnera résultant de l'achat/l'utilisation de votre produit et de l'accès aux caractéristiques. Le bloc de Proposition de Valeur en est un qui a toujours besoin de validation pour une nouvelle entreprise. Les entrepreneurs doivent établir que la valeur qu'ils croient créer est actuellement intéressante, requise et d'une valeur tangible pour leurs clients soi-disant acquis.

2. Segments-client – Le bloc du **Segment-Client** décrit le client ou le groupe de clients dont vous croyez sera intéressé à votre produit ou votre service. Vous pourrez peut-être constater que votre entreprise a de multiples segments-clients. Posséder une compréhension approfondie de ces groupes de clients distincts mène souvent à des propositions de valeur distinctes pour chaque groupe et peut aussi mener à des sources de revenus différentes et d'autres éléments de la toile pour chaque segment-client distinctif. Il est utile d'avoir une connaissance très raffinée de chaque segment-client, pourquoi ils achèteront, ou utiliseront, votre produit ou votre service. Les entrepreneurs sont souvent tentés de simplement assumer que "tout le monde" achètera/utilisera potentiellement leur produit. Ceci peut être une présomption dangereuse et nuisible. Plus votre compréhension de vos groupes de clients distincts sera précise, plus il vous sera facile de valider votre proposition de valeur avec eux et ainsi choisir les stratégies de commercialisation appropriées.

3. Les Canaux – Le bloc des **Canaux** décrit comment vous allez délivrer votre produit ou votre service chez le client. Parmi les canaux communs, il y a : directement chez le consommateur via des magasins au détail; à partir d'un site web ou d'une application mobile; ou via une autre entreprise qui vend déjà aux groupes de clients que vous essayez de rejoindre. Il y a plusieurs combinaisons différentes de canaux possibles. La méthode que vous choisirez sera probablement influencée par une combinaison des préférences de la clientèle et des coûts liés à ce canal.

4. Relations avec le Client – Comment vous planifiez obtenir, conserver et accroître votre clientèle est ce dont il est question dans le bloc **Relations avec le Client**. Pour les entreprises qui vendent directement aux clients et qui interagissent personnellement avec eux, la stratégie peut être orientée vers la création de relations, donner un bon service à la clientèle ainsi que chercher à avoir un niveau d'interaction interpersonnel plus élevé dans l'objectif de promouvoir la loyauté et la confiance. Une entreprise en ligne va probablement se concentrer davantage sur une approche moins personnelle mais va plutôt

tenter de rejoindre un plus grand nombre de clients/clients potentiels et faire en sorte qu'ils aident à construire le "bassin d'utilisateurs" grâce à des références et en construisant une communauté en ligne.

5. Sources de Revenus – Comment vous faites de l'argent (étonnamment souvent négligé) sera décrit à l'intérieur du bloc de **Sources de Revenus** de la Toile de Modèle Économique. Alors que ceci peut sembler assez simple, il y a plusieurs sources possibles de revenus disponibles pour une entreprise et il est essentiel de valider si vos sources de revenus assumées sont correctes et appropriées à vos Segments-Clients. Dans certains cas, "l'utilisateur" du produit (Facebook, par exemple) n'est pas le même que le segment-client qui paie (Dans l'exemple de Facebook, ce sont les agences de publicité qui produisent leur revenus, pas l'utilisateur Facebook moyen.)
6. Ressources clés – Le succès de votre entreprise peut dépendre de la capacité à obtenir et déployer les **Ressources Clés** afin de délivrer votre produit ou votre service à vos clients. Ces ressources peuvent être de nature financière, humaine, physique ou intellectuelle. Alors que toute entreprise nécessitera nombre de ressources afin d'opérer, il y a peut-être des ressources clés qui sont plus importantes au succès de votre entreprise. Identifier et déterminer si vous pouvez sécuriser et déployer ces ressources peut au bout du compte mener soit au succès ou à l'échec.
7. Activités principales – Chaque entreprise aura des besoins opérationnels similaires nécessaires à son fonctionnement (vendre, engager des employés, la gestion des comptes, etc.) toutefois, il y a peut-être certaines **Activités Principales** qui seront d'une importance unique à votre entreprise, ou cruciales afin de livrer votre proposition de valeur à vos clients. Pour une entreprise orientée vers la vente de café à l'approvisionnement éthique ceci pourrait être l'approvisionnement et la garantie de grains de cafés éthiques; pour une entreprise de réseaux sociaux ceci pourrait probablement inclure le développement de logiciels/applications, l'entretien d'un site web et la

construction d'une communauté d'abonnés. Les éléments clés des activités peuvent être différents pour chaque entreprise et sont souvent une partie importante de la livraison de votre proposition de valeur.

8. Partenaires clés – Votre entreprise peut dépendre sur des **Partenaires clés** afin d'offrir de la valeur et connaître du succès. Les partenaires sont normalement des partenaires de canaux et/ou des fournisseurs critiques. Dans plusieurs cas, le succès d'une entreprise repose sur une alliance stratégique ou par l'union d'entreprise avec une autre organisation. Si c'est le cas, ces organisations sont primordiales au modèle économique et l'entrepreneur voudra s'assurer qu'il y a un intérêt de leur part avant de procéder avec l'entreprise. Par exemple, la capacité d'Apple à sécuriser l'engagement des maisons de disques majeures était essentielle. Sans que chaque maison de disques accepte de fournir leur musique à Apple, ils n'auraient pu aller de l'avant (et connaître un succès monstre) avec iTunes.
9. La structure de coûts – Votre **Structure de Coûts** vous aidera grandement à déterminer si vous serez en mesure de faire des profits. Quantifiée en relation avec vos sources de revenus et leur taille relative, les coûts majeurs associés avec votre entreprise devront être ébauchés et étudiés tôt dans le processus. Ce bloc de la Toile du Modèle Économique inclut typiquement vos dépenses majeures ainsi que toute structure de coûts unique (ex: frais de licences, redevances aux associés, etc.) qui peuvent être associées à votre entreprise.

La nature de la Toile de Modèle Économique est qu'elle vous permet de tracer toutes vos stratégies clés sur une page, créant une image succincte instantanée des éléments importants de votre entreprise. Au départ (1^{ère} version de la Toile de Modèle Économique) elle devrait inclure seulement une brève description de chaque bloc – souvent seulement quelques mots – qui vont capturer l'essence de cet élément. Il est important de noter qu'à ce stage, ces descriptions sont simplement des suppositions, ou des hypothèses. Votre défi en tant qu'entrepreneur débutant est de mettre ces suppositions sur papier rapidement

pour ensuite déterminer la meilleure façon de tester efficacement (ou valider) chaque bloc, ou du moins les éléments les plus risqués. Le processus de Modélisation d'Entreprise est itératif; la vraie valeur dans le processus est de déterminer rapidement la "validation" ou "l'invalidation" de vos suppositions. Si vous avez été capable de valider, ou de prouver que vous avez raison, vous pouvez continuer avec confiance. Si vous invalidez un élément de la Toile du Modèle Économique, votre prochaine étape sera de modifier cette supposition (communément référé comme le "pivot") pour ensuite refaire le test jusqu'à ce que vous soyez confiant que vous avez au moins validé les éléments clés de la Toile. Vous, l'entrepreneur, aurez à déterminer votre seuil minimum à savoir si vous validez, ou invalidez, votre modèle économique. Vous seul pouvez décider quand vous avez assez confiance en votre modèle pour poursuivre.

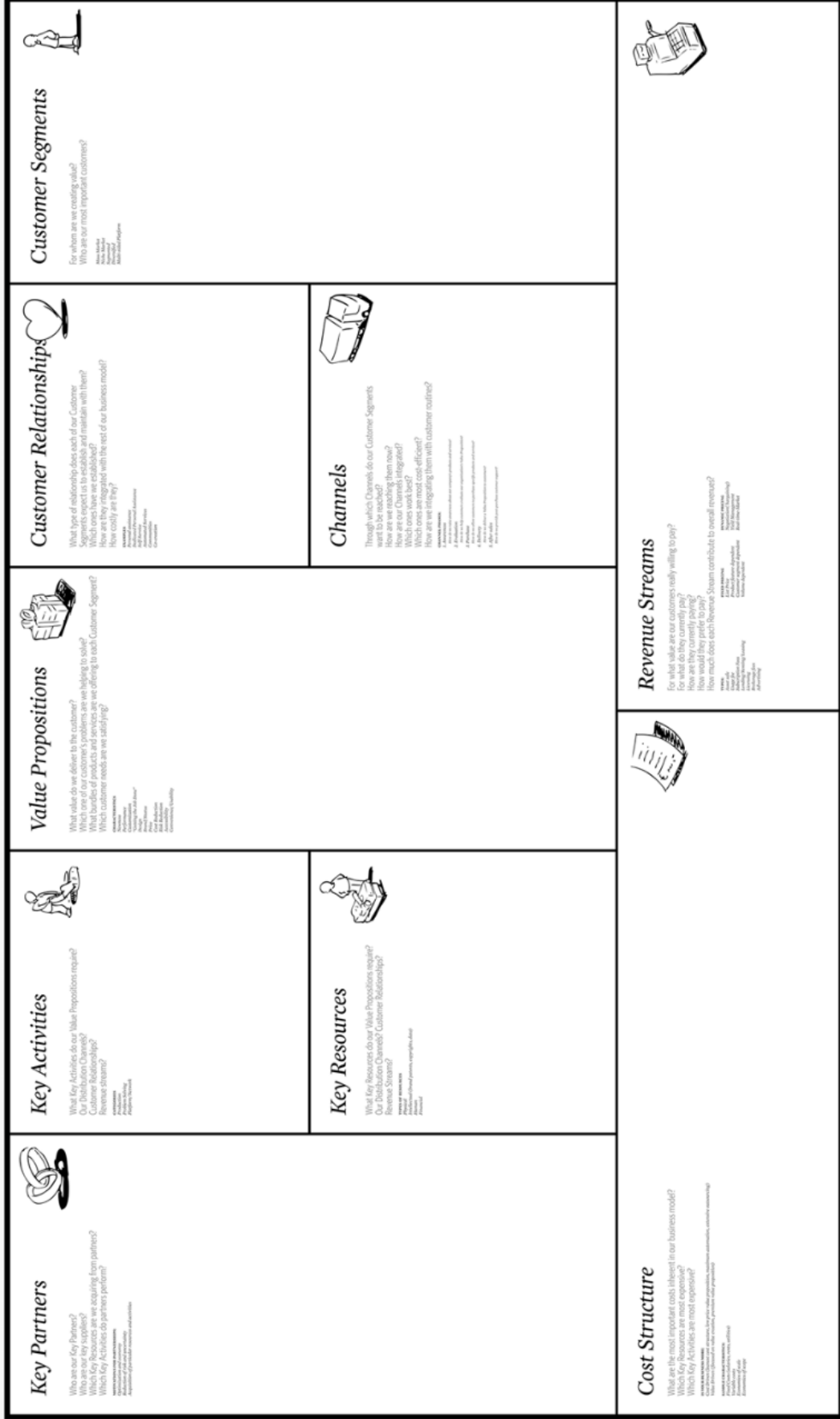
Les "tests" que vous choisirez d'utiliser pour valider vos assomptions sont une partie importante du processus. Les méthodes de validation sont variées et souvent spécifiques à l'industrie et sont liés aux assomptions (suppositions) que vous essayez de valider. Celles-ci peuvent prendre la forme d'entrevues avec le client qui sont orientées à savoir si et quels problèmes les clients ont et s'ils sont prêts à payer pour une solution. D'autres tests peuvent inclure: construire des prototypes pour solliciter une critique; lancer de faux sites web pour jauger l'intérêt en observant comment les utilisateurs réagissent et s'ils s'abonnent pour obtenir plus d'informations; et, dans certains cas, faire prépayer des clients potentiels pour un produit avant même qu'il ne soit conçu.

The Business Model Canvas

Designed for:

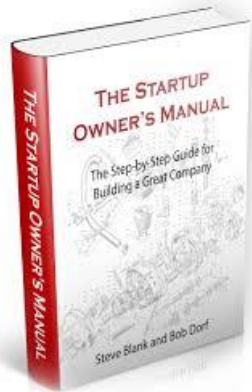
Designed by:

On: / /
 Iterations:



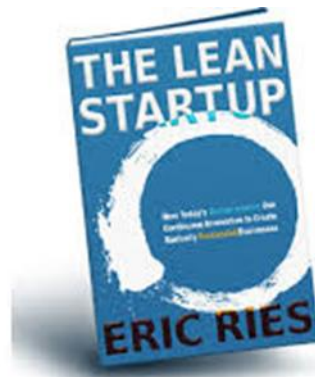
3. La Validation de votre Idée

Selon le dictionnaire Merriam-Webster, la définition du mot “valider” est la suivante: *Qui prouve à être vrai, louable ou justifié.* Dans l’univers du démarrage d’entreprise, la validation est le processus grâce auquel vous déterminez si vos présomptions de modèles économiques sont bel et bien vraies. La *validation du*



client, telle que décrite par Steven Blank dans son livre: *Le manuel de l'utilisateur du démarrage*, est un moyen de développer la perspicacité requise pour valider ces présomptions et affiner votre modèle économique, dans ce cas-ci en utilisant le Démarchage de Modèle Économique d'Osterwalder décrit plus tôt.

L'Entrepreneur et auteur Eric Ries a popularisé le travail de Blank qu'il a surnommé le Démarrage Agile. La validation, souvent appelée la validation du client, est une étape cruciale qui doit être entreprise avant de débiter et d'accroître votre compagnie. Les méthodes et



les tactiques que vous choisissez pour valider votre modèle économique sont spécifiques à votre compagnie et votre clientèle, toutefois tous projets de validation comporteront des éléments d'engagement de la clientèle, souvent sous forme de simples conversations et un procédé similaire.

À quoi ressemblent les tests de validation?

- Conversations avec le client (face-à-face) – et beaucoup
- Conversations avec des experts de l'industrie
- Des études – en personne et/ou en ligne
- Des tests publicitaires pour obtenir des devises*: Facebook, LinkedIn, Google Adwords
- Un site Internet test pour obtenir des devises
- Des lettres adressées aux clients pour évaluer le suivi
- Produit viable minimum

* Devises = argent, commandes, adresses e-mail, abonnements, clics sur des hyperliens, téléchargements, etc.

Liste à suivre pour la validation

1. Quel est le problème/écart selon vous?
 1. Quelle problématique existe sur le marché ou pour le client?
2. Qui sont vos (premiers) clients typiques selon vous?
 1. Quelle est la taille du marché?
 2. Quel est le profil (démographie, etc.) de vos clients les plus probables?
3. Quelle est votre solution v1? Est-elle raisonnable?
4. À qui devez-vous parler? Comment pouvez-vous les rejoindre?
5. Quelles sont les hypothèses de modèles économiques les plus cruciales que vous tentez de valider? Quelles questions pouvez-vous poser?
6. Quels sont les tests? Quels critères/seuils cherchez-vous?

Questions typiques

1. Y'a-t-il un problème ou un écart sur le marché?
2. Qui sont les clients et est-ce qu'ils reconnaissent qu'ils ont un problème?
3. Comment le client gère-t-il présentement cette tâche/ce problème? (Quelle solution/quel procédé utilise-t-il?)
4. Qu'aiment-ils à propos de leur solution/procédé actuel?
5. Que souhaiteraient-ils faire qui n'est présentement pas possible ou pratique?
6. Est-ce que les clients sont prêts à déboursier de l'argent pour une différente solution? (Le test du ruban adhésif, le désir, le vouloir, la capacité)
7. Est-ce qu'ils achèteraient une nouvelle/différente solution? Comment? À quel prix?
8. Est-ce qu'il y a des compétiteurs? Que font-ils bien/mal?
9. Il y a-t-il une autre solution/procédé qu'ils aient essayé dans le passé qui était meilleure ou pire?
10. Qui est impliqué dans le processus d'achat? Combien de temps cela prend-il? Y-a-t-il un budget?

Conseils pour les entrevues de clients

- Connaissez vos objectifs et planifiez vos questions avant de quitter le bâtiment!
- Faites des entrevues un-à-un.
- Validez d'abord le problème, pas la solution.
- Écoutez, ne vendez pas.
- Soyez préparés à des réponses que vous n'aimerez pas.
- Écrivez immédiatement vos notes du meeting.
- Concentrez-vous sur la découverte. Ne vous en faites pas avec les caractéristiques.
- Ne demandez jamais une question oui ou non; demandez toujours des questions ouvertes.
- Ayez des entrevues orientées vers le comportement.
- Demandez s'il est possible de faire un suivi et d'être introduit à d'autres.

Plus d'informations

- Pourquoi les démarrages agiles changent tout: https://hbr.org/2013/05/why-the-lean-start-up-changes-everything?utm_campaign=Socialflow&utm_source=Socialflow&utm_medium=Tweet
- Comment construire un démarrage: <https://www.udacity.com/course/ep245>
- Développement de la clientèle: <http://www.youtube.com/watch?v=6t0t-CXPpyM>
- Le démarrage agile: <https://www.youtube.com/watch?v=J4rOdxoCnwY>; https://www.youtube.com/watch?v=FRR_jEDAfoo
- Comment faire une entrevue: <http://practicetrumpstheory.com/how-to-interview-your-users-and-get-useful-feedback/>
- Des conseils et des modèles de découverte de clientèle: <http://leanstartup.pbworks.com/w/page/54918676/Customer%20Interview%20Templates%20and%20Resources>
- Outils de validation: <http://leanstartup.pbworks.com/w/page/62585258/Validation%20Tools>
- Liste à suivre pour la découverte de la clientèle: comment mettre en branle <http://www.youtube.com/watch?v=zOqvoMMcq7I&list=PLcdm0yqdmhJopRkThQ16Wc8LXqSoQg15m>

Exercice

Projet/Idee d'affaires: _____

Efforts de validation

Méthode utilisée: _____ #: _____

Méthode utilisée: _____ #: _____

Méthode utilisée: _____ #: _____

Bilan des Résultats –

- 1. Révision rapide de l'industrie:**

- 2. Problème ou écart derrière l'idée:**

- 3. Idée d'affaires (1ère version):**

- 4. Description du client:**

- 5. Comment allez-vous faire de l'argent?**

Bilan des tests de validation

Tests de validation effectués:

Stratégies, techniques, chiffres et résultats:

Apprentissage-clé

À propos de cette industrie/compagnie/groupe client, etc.

À propos de notre modèle économique et les éléments-clés

4. Financer Votre Nouvelle Entreprise

Le financement d'une nouvelle entreprise est essentiel et un manque de financement peut faire en sorte que votre entreprise ne voit pas le jour, ou échoue si vous n'avez pas assez de ressources pour son bon développement. Ainsi donc, cela peut souvent être une partie stressante du processus de lancement. Des études démontrent que la source numéro un de financement pour les nouvelles entreprises vient de l'entrepreneur(e) lui/elle-même. Mis à part les épargnes personnelles, d'autres sources de financement communément mentionnées incluent l'endettement et (parfois) l'équité.

Où est-ce que les entrepreneurs obtiennent leur argent?

1. Leur propre argent (équité des propriétaires ou des prêts à l'entreprise)
2. L'Endettement: argent immédiat pour un remboursement futur (avec intérêts).
3. L'Équité: financement de tierces personnes contre une part de l'entreprise.
4. L'Amorçage: trouver le financement nécessaire par vos propres moyens.

L'endettement - fait référence à de l'argent qui est prêtée dans l'attente d'être remboursée dans un temps futur, avec intérêts. Ceci est souvent sous forme de prêt, de ligne de crédit ou de carte de crédit. L'Endettement est la deuxième plus grande source de financement pour les nouvelles entreprises, après les épargnes personnelles du fondateur. Toutes les grandes banques ont des produits qui ont pour cible les entreprises qui débutent. De plus, la Banque de Développement d'Entreprise du Canada a été créée pour aider les entrepreneurs à avoir accès à du financement d'entreprise, normalement avec l'une des grandes institutions bancaires.

L'Équité – à de rares occasions, une compagnie (Société de Capital-Risque) ou un individu (un Investisseur Providentiel) va investir dans la compagnie en fournissant de l'argent en échange d'une part des droits sur la compagnie. Il y a plusieurs

problèmes pour les deux clans, ainsi que des critères spécifiques requis pour que les investisseurs désirent investir qui doivent être attentivement considérés – non le moindre est à savoir comment l’investisseur récupèrera son argent, normalement lorsque la compagnie est vendue et sa contribution lui est retourné en liquide. L’entreprise doit aussi remplir un certain profil d’expansion et de taille du marché pour que l’opportunité soit attrayante pour l’investisseur. La plupart des compagnies ne sont simplement pas conçues pour un investissement d’équité.

Amorçage

- Un moyen pour financer une compagnie via l’acquisition créative et l’utilisation des ressources sans demander d’argent auprès d’investisseurs indépendants
- Tactiques:
 - Programmes Gouvernementaux à “Effet de Levier”
 - Devenir Opérationnel Rapidement
 - Trouver des Clients Rapidement
 - Concentrez-vous sur votre Argent
 - Formez des Alliances avec vos Clients et vos Fournisseurs
 - Renoncez à votre Paie (Vous et Votre Équipe)

Au Canada, il y a plusieurs programmes de financement provinciaux et fédéraux qui peuvent grandement aider une entreprise qui débute et qui devraient être explorés. Des liens vers certains de ces programmes sont inscrits ici-bas.

De plus, tout entrepreneur devrait se familiariser avec le concept d’amorçage – ou comment opérer via l’obtention créative de ressources sans avoir à aller chercher de l’argent à l’externe.

5. Les Prochaines Étapes

Le processus de démarrage recommandé, quoique souvent non-linéaire et dépendant de plusieurs variables, devrait être le suivant:

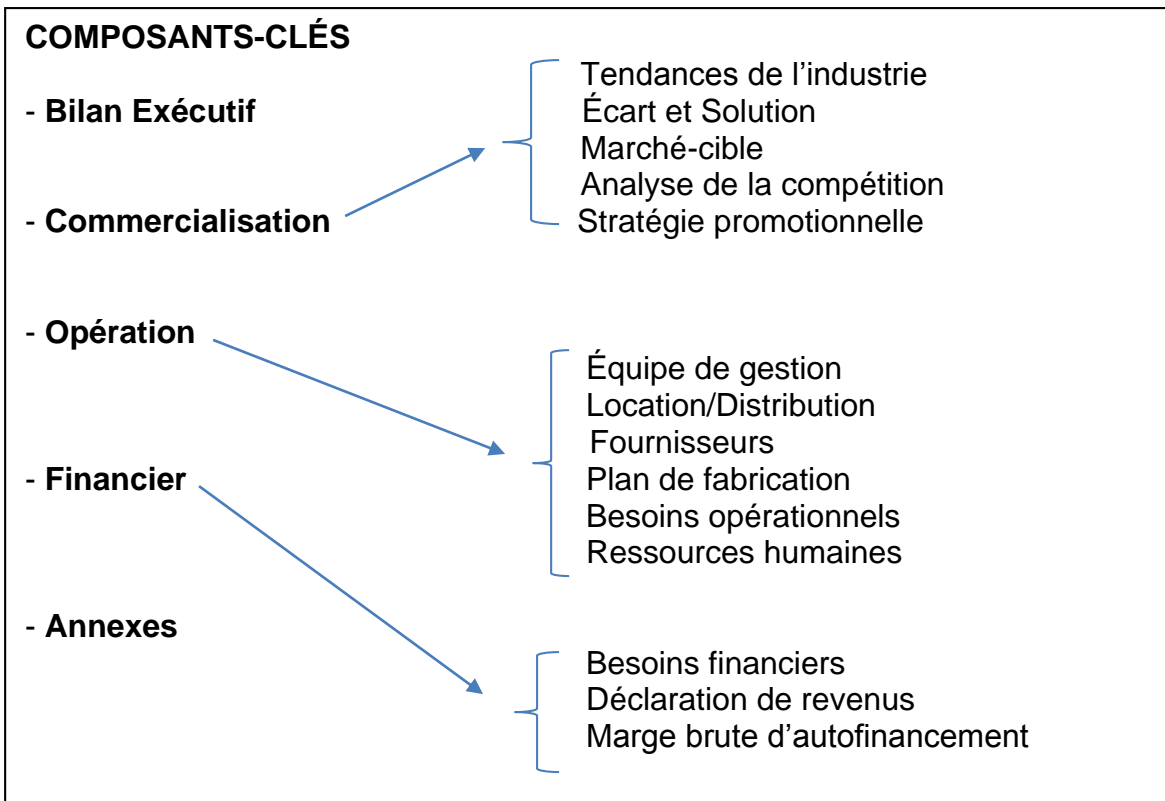
1. Générer une idée et faire une évaluation initiale de l'opportunité.
2. Ébauchez une première version d'un Modèle Économique.
3. Établissez et faites des tests de validation appropriés.
4. Générez une première version de la déclaration de marge brute d'autofinancement projetée.
5. Faites vos recherches et considérez des règles et des réglementations appropriées.
6. Réglez tous détails administratifs, tels que mettre en place les comptes bancaires et la sauvegarde des dossiers.
7. Commencez et prenez des notes.
8. Écrivez un plan d'affaires une fois que vous saurez comment fonctionne le tout.
9. Faites grandir votre entreprise.

Un nombre de ressources a été inscrit à travers ce guide et ici-bas, cependant, il n'y a pas qu'une seule formule pour commencer une entreprise à succès et beaucoup dépend de la situation. Vous devriez aller chercher autant de conseils et de support que possible, ainsi que chercher à comprendre les nuances spécifiques à votre entreprise et à votre situation.

Planification d'Entreprise

Une recherche Internet rapide dévoilera des centaines de constructeurs de plans d'affaires et de modèles. En prenant compte qu'il peut y avoir des nuances, chaque modèle de plan d'entreprise comprendra trois sections majeures: la Commercialisation; les Opérations; et les Finances. Un plan d'affaires deviendra un très bon outil d'évaluation et d'exécution une fois que vous aurez une solide compréhension de votre marché, de votre clientèle et de la valeur que vous créez

vraiment. Un bon point de départ dans la mise au point de votre plan d'affaires sera la dernière version de votre plan de Modèle Économique.



Ressources pour plan d'affaires

- Sample Business Plans: Bplans.com
- BDC Business Plan Template: <http://www.bdc.ca/EN/articles-tools/entrepreneur-toolkit/templates-business-guides/Pages/business-plan-template.aspx>
- BP Template: <http://www.futurpreneur.ca/en/resources/tag/business-plan-examples-tag/>
- How to Write a Business Plan: PlanWare

Commercialisation Entrepreneuriale

- Simple Marketing Plan for a start-up: <http://www.marsdd.com/articles/simple-marketing-plan-for-start-ups/>

- Plan and execute a Great Start-up marketing Program: <http://www.marsdd.com/video/how-to-plan-and-execute-great-startup-marketing-programs-mars-best-practices/>
- Strategy for Social Media campaigns: https://blog.bufferapp.com/first-1000-followers-twitter-facebook-social-media?utm_campaign=utm_campaign=weekly_digest_week_2014W48_dormant_test_control
- 10 Steps to a Solid Social Media Strategy: <http://rebekahradice.com/solid-social-media-strategy/>
- Social Media Calendar: <http://rebekahradice.com/create-and-manage-an-editorial-calendar/>
- Market research: <http://startupstash.com/marketresearch/>
- 35 Growth Hacking Tools for Marketers Who Don't Code: <https://blog.kissmetrics.com/35-growth-hacking-tools/>

Règles, Règlementations et Licences

General Business Information Portal:

- <http://www.canadabusiness.ca/eng/>

Legal Structure:

- <http://www.canadabusiness.ca/eng/page/2853/>
- <https://www.marsdd.com/mars-library/structuring-your-business-in-ontario-what-form-to-take/>

HST/GST:

- <http://www.cra-arc.gc.ca/tx/bsnss/tpcs/gst-tps/gnrl/menu-eng.html>

Licences:

- Plusieurs licences peuvent être requises tout dépendant du type d'entreprise et de la nature de vos opérations. Vous devriez contacter vos autorités locales ou municipales afin d'établir, s'il y a lieu, quelles licences sont requises.

Zonage et Lois municipales:

- Chaque municipalité aura des lois municipales et des exigences de zonage spécifiques à l'opération d'une entreprise dans leur juridiction. Vous devriez contacter vos autorités locales ou municipales afin d'établir, s'il y a lieu, quelles lois municipales et exigences de zonage sont applicables.

Réglementations de l'Industrie:

- Dans certains cas, une entreprise fera partie du cadre d'une association industrielle qui a reçue l'autorité afin de régler sa propre industrie. Une connaissance approfondie de l'industrie devrait suffire à établir si ceci est applicable pour vous. Voir aussi:

<http://www.canadabusiness.ca/eng/page/2855/>

Réglementations Provinciales et Fédérales:

- Dans certains cas, des réglementations Fédérales ou Provinciales seront applicables tout dépendant de l'entreprise et des opérations. Voir aussi:

<http://www.canadabusiness.ca/eng/page/2855/>

Lectures Suggérées

[The Lean Startup](#) - Reis

[Business Model Generation](#) - Osterwalder, Pigneur

[The Art of the Start](#) - Kawasaki

[E-Myth Revisited](#) - Gerber

[Blue Ocean Strategy](#) - Kim

[The 4 Hour Work Week](#) – Ferriss

[The Start Up Owner's Manual](#) – Blank, Dorf

Outils de Validation

- www.businessmodelgeneration.com/canvas and <https://canvanizer.com/> organize your validation.

- www.unbounce.com, www.quickmvp.com and www.launchrock.com build landing pages to gauge clicks and interest/collect email addresses/combine with [Google Adwords](#) and other advertising mediums/ test variants of your message.
- <http://buzzsumo.com/> look for key influencers in your industry.
- www.indegogo.com and www.kickstarter.com build awareness, raise funds and pre-sell your product online.
- <https://gomockingbird.com/>, <http://proto.io/> or others - create a mock-up of your app or website in minutes.
- <http://startupstash.com/mockups-wireframing/> mock-up and wireframes.
- <http://startupstash.com/mvp/> a curated directory of resources & tools to help you build your start-up.
- <https://www.zoho.com/crm/?src=zoho> customer relationship management to track your validation contacts and early leads.
- Customer Discovery Tips and Templates:
<http://leanstartup.pbworks.com/w/page/54918676/Customer%20Interview%20Templates%20and%20Resources>
- Validation Tools:
<http://leanstartup.pbworks.com/w/page/62585258/Validation%20Tools>
- Another similar list: http://www.squirrly.co/startup-tools-list-the-amazing-free-services-that-will-improve-your-work#.VNETZp3F_5G

Cours en ligne

- How to Build a Start-up - The Lean LaunchPad: <https://www.udacity.com/course/ep245>
- Sam Altman's How to Start a Start-up: <http://startupclass.samaltman.com/>

Liens sur le Démarrage en Général

- <http://www.coachmystartup.com/resources.html>

